



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“Operador económico autorizado y la competitividad de la empresa Ausa
Aduanas S.A. en el año 2019”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

Joselyn del Pilar Diaz Marin (ORCID: 0000-0003-2674-9696)

ASESOR:

Dr. Lessner Augusto León Espinoza (ORCID: 0000-0002-9983-8967)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO – PERÚ

2019

Dedicatoria

Especialmente a mis padres y hermanos por ser siempre mi motor para seguir adelante, por la confianza y el apoyo que me brindaron durante estos años de estudio.

A mis abuelos Rosa y Alberto, porque a pesar de que no están físicamente conmigo, fueron quienes me impulsaron a luchar por conseguir este camino universitario.

A mi compañera de vida, Yaruzka Almeyda R. por no dejarme sola en este largo camino, impulsarme a seguir adelante y por ser pieza clave para lograr este sueño.

Agradecimiento

A Dios por permitirme cumplir con esta etapa de mi vida.

Agradecer a mi asesor Lessner por su enseñanza y apoyo constante para llevar a cabo el desarrollo de esta investigación.

A mis compañeros por el apoyo reciproco en esta vida universitaria.

Página del Jurado

Declaratoria de Autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Diaz Marin, Joselyn del Pilar, con DNI N° 73020479 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de junio del 2020



Diaz Marin, Joselyn del Pilar

Índice

	Página
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
I Introducción	1
1.1 Realidad problemática:	1
1.2 Trabajos previos	4
1.3 Teorías relacionadas al tema	8
1.4 Formulación del problema	11
1.4.1 Problema general:	11
1.4.2 Problemas específicos:	11
1.5 Justificación del estudio:	12
1.6 Hipótesis:	13
1.6.1 Hipótesis general:	13
1.6.2 Hipótesis específicas:	13
1.7 Objetivos:	13
1.7.1 Objetivo general:	13
1.7.2 Objetivos específicos:	13
II. MÉTODO	14
2.1 Método, tipo, nivel, enfoque y diseño de Investigación	15
2.1.1 Enfoque de investigación	15

2.1.2 Método de Investigación:	15
2.1.3 Tipo de investigación:	15
2.1.4 Nivel de investigación:	15
2.1.5 Diseño de investigación:	16
2.2 Variables, Operacionalización:	16
2.2.1. Operacionalización de variables:	16
2.2.1.1. Variable Independiente X: Certificación de acreditación OEA	16
2.2.1.2. Variable Dependiente Y: Competitividad	18
2.3 Matriz de Operacionalización	22
2.4 Población y muestra	24
2.4.1 Población:	24
2.4.2 Unidad de medida	24
2.4.3 Muestra:	24
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos validez y confiabilidad	25
2.5.1 Técnica	25
2.5.2 Instrumentos de recolección de datos	26
2.5.3 Confiabilidad	26
2.6 Métodos de análisis de datos	29
2.7 Aspectos éticos	29
III. RESULTADOS	30
3.1 Análisis descriptivo por variable y dimensión	31
3.2 Comprobación de hipótesis	38
3.3 Prueba de influencia	39
3.3.1 Hipótesis general	39
3.3.2 Hipótesis específica 1	41
3.3.3 Hipótesis específica 2	44
3.3.4 Hipótesis específica 3	46

IV DISCUSIÓN	49
4.1 Discusión – hipótesis general	50
4.2 Discusión – hipótesis específica 1	51
4.3 Discusión – hipótesis específica 2	52
4.4 Discusión – hipótesis específica 3	53
V. CONCLUSIONES	54
VI. RECOMENDACIONES	56
VII. REFERENCIAS	58
VIII. ANEXOS	63

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz de operacionalización de la variable independiente: Operador Económico Autorizado	22
Tabla 2. Matriz de operacionalización de la variable dependiente: Competitividad	23
Tabla 3. Fórmula para cálculo de la muestra	25
Tabla 4. Coeficiente de alfa de Cronbach	27
Tabla 5. Resultado estadístico de fiabilidad de la variable independiente: Operador Económico Autorizado	27
Tabla 6. Resultado estadístico de fiabilidad de la variable dependiente: Competitividad	28
Tabla 7. Resultado estadístico de fiabilidad de la variable independiente: Operador Económico Autorizado y Competitividad	28
Tabla 8. Análisis descriptivo de la variable independiente: “Operador Económico Autorizado”	31
Tabla 9. Análisis descriptivo de la dimensión 1: “Cooperación de sectores”	32
Tabla 10. Análisis descriptivo de la dimensión 2: “Cadena de Suministro”	33
Tabla 11. Análisis descriptivo de la variable dependiente: “Competitividad”	34
Tabla 12. Análisis descriptivo de la dimensión 1: “Productividad”	35
Tabla 13. Análisis descriptivo de la dimensión 2: “Rentabilidad”	36
Tabla 14. Análisis descriptivo de la dimensión 3: “Precio”	37

Tabla 15. Coeficiente de correlación de variables de Pearson	38
Tabla 16. Correlación de variables – hipótesis general	39
Tabla 17. Resumen del modelo según la variable “Operador Económico Autorizado” y la variable “Competitividad”	40
Tabla 18. Prueba de ANOVA según la variable “Operador Económico Autorizado” y la variable “Competitividad”	40
Tabla 19. Tabla de coeficientes según la variable “Operador Económico Autorizado” y la variable “Competitividad”	41
Tabla 20. Correlación de variables-hipótesis específica 1	42
Tabla 21. Resumen del modelo según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Productividad”	42
Tabla 22. Prueba de ANOVA según variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Productividad”	43
Tabla 23. Tabla de coeficientes según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Productividad”	43
Tabla 24. Correlación de variables- hipótesis específica 2	44
Tabla 25. Resumen del modelo según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Rentabilidad”	44
Tabla 26. Prueba de ANOVA según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Rentabilidad”	45
Tabla 27. Tabla de coeficientes según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Rentabilidad”	45
Tabla 28. Correlación de variables-hipótesis específica 3	46

Tabla 29. Resumen del modelo según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Precio”	47
Tabla 30. Prueba de ANOVA según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Precio”	47
Tabla 31. Tabla de coeficiente según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Precio”	48

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Nivel de la variable: Operador Económico Autorizado	31
Figura 2. Nivel de la dimensión: Cooperación de sectores	32
Figura 3. Nivel de la dimensión: Cadena de suministros	33
Figura 4. Nivel de la variable: Competitividad	34
Figura 5. Nivel de la dimensión: Productividad	35
Figura 6. Nivel de la dimensión: Rentabilidad	36
Figura 7. Nivel de la dimensión: Precio	37

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar la influencia del operador económico autorizado en la competitividad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019. El método utilizado fue hipotético deductivo con un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel explicativo causal y diseño no experimental transversal. La muestra de estudio estuvo conformada por 89 clientes entre los cuales hay exportadores e importadores de la empresa AUSA ADUANAS S.A, la técnica utilizada fue la encuesta, y el instrumento, un cuestionario de 18 preguntas en escala de Likert, posteriormente, se procedió a analizar los datos mediante el software estadístico SPSS V. 23. Asimismo, se utilizó la prueba estadística de regresión lineal para establecer el porcentaje de influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente. Finalmente, se comprobó a través de la variable de la prueba inferencial de Pearson un índice de correlación 0.914 con un nivel de significancia de 0.000; por lo que la hipótesis de investigación es aceptada.

Palabras claves: Operador económico autorizado, competitividad y agencia de aduana.

Abstract

The general objective of this research was to: Determine the influence of the authorized economic operator on the competitiveness of the customs agency AUSA S.A. in 2019. The method used was hypothetical deductive with a quantitative approach, applied type, causal explanatory level and transversal non-experimental design. The study sample consisted of 89 clients, among which there are exporters and importers of the company AUSA ADUANAS SA, the technique used was the survey, and the instrument, a questionnaire of 18 questions on a Likert scale, was subsequently analyzed. The data mediating the statistical software SPSS V. 23. Likewise, the statistical test of linear regression was used to establish the percentage of influence of the independent variable on the dependent variable. Finally, a correlation index of 0.914 with a level of significance of 0.000 was verified through the Pearson inferential test variable; so the research hypothesis is accepted.

Keywords: *Authorized economic operator, competitiveness and customs agency.*

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática:

A nivel internacional

El constante crecimiento del comercio internacional genera grandes beneficios a los países exportadores e importadores, pero con ello trae diversos tipos de problemas como el terrorismo, que pueden dañar a un país, por lo que a nivel internacional la certificación de operador económico autorizado se está implementando a lo largo y ancho de todo el mundo. Según SUNAT (2019), “es uno de los programas con más acogimiento por parte de los miembros de la OMA. Esta certificación busca reforzar la seguridad en la cadena logística internacional del comercio exterior implementando estándares de seguridad reconocidos con el sector privado, el mismo que brinda beneficios a las empresas participantes”. (parr. 10). Empresas como SAMSUNG con operaciones en 79 países, según fuente NTN24 (2018), “inicio operaciones con productos como televisores, calculadores, refrigeradores, aire acondicionado y lavadora. La innovación constante y creación de nuevos productos, es una ventaja que permite mantener a la empresa dentro del mercado, quien es considerada la novena marca entre las cien mejores a nivel mundial, habiendo recibido diversos premios por innovación en CES en sus productos”. (parr. 28). Siendo además un operador de comercio exterior, según CB CONSULTORES (2017), “obtuvo la certificación OEA en el año 2017; lo que volvió altamente competitiva a la empresa, permitiéndole que sus tiempos de logística redujeran debido a las facilidades que les brinda el estado a las empresas con dicha certificación. Hoy en día SAMSUNG es considerada el mayor fabricante y vendedor de celulares a nivel mundial., habiendo desplazado a Motorola y Apple”. (parr. 3).

A nivel nacional

A nivel nacional la certificación de operador económico autorizado entro en vigencia el 01/10/2012 lo que represento un avance importante del país en cuanto al comercio exterior, pudiendo acceder a dicha certificación solo los importadores, almacenes, exportadores, empresas de servicio de entrega rápida y agentes de aduana; teniendo como ventajas: la simplificación y agilización en los trámites aduaneros de sus productos y servicios y facilidades en cuanto al control de la carga,; al mismo tiempo que lo establece como un operador confiable a nivel mundial. Según el Diario La República (2016), “es el caso de la empresa HUAWEI DEL PERU SAC que ingreso al país hace 16 años, brindando constante innovación en sus productos”. (parr. 4) Según SUNAT (2019), “obtuvo la certificación de Operador Económico Autorizado en el año 2018”. (parr. 6). Dicha empresa ha logrado la satisfacción del consumidor por los innovadores productos que ofrece, ello ha conllevado que la empresa sea competitiva frente a su competencia. Hoy en día su marca ocupa el primer lugar en la venta de equipos de celulares en el país. Además, “es la empresa con mayor movimiento de importaciones aéreas incluyendo las importaciones de entrega rápida a nivel nacional”. Dicha certificación le ha permitido simplificar los tiempos en la nacionalización de sus mercancías. SUNAT, (2019), “aduana ha asignado un sectorista de despacho (especialista de aduana) quien se encarga de hacer seguimiento constante a sus importaciones aéreas, brindando facilidades a las mismas”. (parr. 4).

A nivel sector

El sector del comercio exterior es uno de los principales sectores que aportan al PBI del país, siendo según CCL (2018), “el 36.6% en el año 2017 y en el año 2018 el 41% del PBI anual”. (pag.16).

Según MINCETUR (2015), “El Perú empezó su apertura comercial en los años 90”, lo cual ha permitido que los recursos naturales sean aprovechados para su inclusión o fortalecimiento de otros servicios y bienes en el país, ello con el fin de colocarlos en países extranjeros.

El programa de Operador Económico Autorizado es una certificación gratuita que concede a los operadores que cumplan con los estándares necesarios para su obtención,

facilitándolos en sus operaciones de carga con la atención personalizada en Aduanas, simplificación de trámites y enlaces directos. Además, con las constantes capacitaciones referentes a salvaguardar la cadena logística y procedimientos aduaneros que brinda Sunat le permite realizar un control efectivo de las operaciones que realizan; cumpliendo con los estándares que se dan a nivel internacional exigidos por la aduana de los diversos países, incrementando la competitividad y reduciendo los costos logísticos. Actualmente, según SUNAT (2019), “en la actualidad son 115 compañías las que han obtenido la certificación de operador económico autorizado, operadores de comercio exterior como: agencias de aduana, almacén, almacén de entrega rápida, exportadores e importadores”. (parr. 2).

A nivel local

Habiendo analizado las empresas SAMSUNG y HUAWEI, estas compañías son competitivas no solo por sus constantes innovaciones tecnológicas y la constante creación de nuevos productos; sino que además la adquisición de la certificación de operador económico autorizado ha aportado gran beneficio en cuanto al comercio de dichas compañías. Ya que se han visto beneficiadas con la agilización de la liberación de sus mercancías.

Por estas razones, es que se busca que la agencia de aduana AUSA S.A. consiga el mismo nivel de competitividad al contar como parte de su estrategia con la certificación de operador económico autorizado. Además, la presente investigación, pretende establecer la influencia del operador económico autorizado y la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019, a fin de lograr demostrar a los diversos operadores de comercio exterior los beneficios que obtendrán al adquirir dicha certificación.

1.2 Trabajos previos

En el presente trabajo se hallado la existencia de diversas investigaciones relacionados con el tema que se tratara, por lo que, a continuación, serán detalladas:

A nivel internacional:

Ibarra, González y Demuner (2017), en el artículo científico denominado **“Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras (exportadoras) de Baja California”** un estudio realizado en la Universidad Autónoma de Baja California, México. Siendo su objetivo principal, determinar el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California y equiparar las áreas que, dentro de ellas, intervienen en dicha competitividad. La metodología es cuantitativa, no experimental – transversal. Se realizó un instrumento de medida de 64 preguntas a 195 compañías del estado; alcanzando un resultado de alfa de cronbach 0.98 y Pearson 1 con nivel de significancia 0.01. Llegando a la conclusión; que las empresas pymes manufactureras de Baja California son regularmente competitivas, sin embargo, cuentan con una tendencia importante hacia la baja, independiente de su tamaño.

Ramírez y Ampudia (2018), en la investigación denominada **“Factores de competitividad empresarial en el Sector Empresarial”** una investigación realizada en la Universidad de La Costa, Colombia. Cuyo objetivo fue referir los factores de competitividad empresarial presentes en el sector comercial de México y Colombia. Epistemológicamente la investigación tiene un enfoque cuantitativo, aplicando un instrumento de 12 preguntas a 120 personas; obteniendo como resultado de alfa de cronbach 0.91. Teniendo como conclusión, que los diversos factores de la competitividad empresarial, presentes en el sector comercial son la flexibilidad productiva, calidad e innovación, ubicándola en una categoría prudentemente grata, considerando como una oportunidad de mejora el indicador tecnología,

Campos, Morini, Moraes e Inácio, (2018), en el artículo científico titulado **“A performance model for Public-Private Partnerships: the authorized economic operator as an example”**, un estudio realizado en la Universidad de Sao Paulo, Brasil. Cuyo objetivo es proponer un modelo teórico, que puede indicar qué factores tienen la mayor influencia en las PPP orientadas a FT. La metodología utilizada para medir el rendimiento fue cuantitativa. Obtención como resultado de pearson 0.82, con nivel de significancia 0.01. Obteniendo como conclusión, al comprender en profundidad cómo los factores tan fuertes como estos pueden afectar a las asociaciones, podemos agregar contramedidas o mejores cláusulas al diseño de los programas de FT para que sean cada vez más efectivos.

Bonales, Pedraza y Prado (2015), en el artículo científico titulado **“Competitividad Internacional de las empresas mexicanas exportadoras porcícolas”**, un estudio realizado en la Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Santo Tomas – México”. Cuyo objetivo es determinar las interrelaciones entre las variables críticas que definen la competitividad internacional de las empresas del Centro-Occidente de México, que exportan productos porcícolas al mercado de la República de China. La metodología utilizada fue cuantitativa, realizando un cuestionario de 153 preguntas, las cuales fueron aplicadas a 16 compañías del rubro de exportación de dicho sector. Obteniendo como resultado de alfa de cronbach de 0.958, pearson de 0.913 y nivel de significancia de 0.01. Dando como conclusión, existe una correlación con las variables de la competitividad internacional de las empresas del Centro-Occidente de México.

A nivel nacional:

López y Vásquez (2014), en su trabajo de investigación **“Análisis de los procedimientos Internos de la empresa Agropucalá S.A.A y su competitividad, utilizando el modelo del diamante de Porter en el periodo 2010–2013”**. (Tesis para la obtención del título profesional de Licenciado en Ingeniería Económica en la Universidad Señor de Sipan). Tiene como principal objetivo, plantear una solución a los procedimientos internos en búsqueda de una mejora en la competitividad de la compañía Agropucalá

S.A.A, mediante la utilización del Modelo del Diamante de Porter. Dicha investigación se realizó mediante diseño no experimental-cuantitativo, en el cual se busca equilibrar el nivel de competitividad de la empresa Agropulcalá S.A.A; utilizando como técnica, la encuesta. Obteniendo un resultado del nivel de significación de 0,01, por lo que se demostró una confiabilidad del 99%. Asimismo, como resultado de Pearson se obtuvo 0.854, lo que conlleva a validar la hipótesis planteada. Finalmente como conclusión, indican que es factible efectuar estrategias de fortalecimiento en la infraestructura, innovación, control en la organización, incentivo en la mano de obra, especialización en los obreros, capacitaciones y aprueba estipular los objetivos estratégicos, con lo cual, la empresa obtiene un aumento en la estandarización de los productos a un valor menor, acrecimiento en calidad y amplia solidez de los productos en el mercado obteniendo un alto desarrollo de la competitividad.

Quintanilla (2016), en el estudio titulado **“El Pilar aduanas – empresas y el crecimiento empresarial de los operadores económicos autorizados en el Perú, 2016”** de la Universidad Privada de Tacna, para obtener título profesional como Ingeniero comercial. Planteando como objetivo principal, establecer de qué manera el pilar aduanas - empresas se incumbe en cuanto al incremento empresarial de los operadores económicos autorizados en el Perú, con el fin de verificar el impacto de las normas de la organización mundial de aduanas. La encuesta fue realizada a los operadores económicos autorizados de las ciudades de Arequipa, Chíncha y Lima, realizando un cuestionario para la colección de datos. Como resultado de dicha encuesta, se obtuvo un resultado de Rho de Spearman de 0.842, siendo positivo moderado y como grado de significancia 0.045, con lo cual se aceptó la hipótesis planteada. Obteniendo como conclusión, que para que el pilar aduanas – empresas, continúe brindando soporte al incremento de los operadores económicos autorizados, Aduana debe continuar brindando medidas de facilitación y simplificación para que con ello las diligencias del comercio exterior en el país sean seguras, cada vez que cumplan con los requisitos y competencias necesarias.

Tenorio (2017), en el trabajo denominado **“La gestión logística y su relación con just in time en Reveadh, Santiago de Surco – Lima, 2017”**, a fin de obtener el grado de Licenciado en Administración en la Universidad Cesar Vallejo, Lima – Perú. Teniendo

como objetivo principal, establecer la correlación del just in time y la gestión logística en la compañía Reveadh S.A.C., Santiago de Surco – Lima, 2017. Aplicó el enfoque cuantitativo, con diseño no experimental-transversal. La muestra estuvo compuesta por 60 propietarios de las distribuidoras de Reveadh. De acuerdo con la información que se obtuvo, el valor del Rho de Spearman fue de 1.00%; siendo una representación de correlación considerada como muy alta, además se puede observar que el grado de significancia es de 0,001 inferior a 0,005; es decir, la hipótesis nula fue rechazada y la hipótesis de investigación fue aceptada, la cual afirmó que existe una relación perfecta entre el just in time y la gestión logística. Obteniendo como conclusión, que la gestión logística eficiente se relaciona intachablemente con la filosofía just in time.

Cusacani (2017), con la investigación titulada **“Rotación de personal y productividad de la Empresa Productos Pesqueros del Sur S.A. Tacna, periodo noviembre 2015 – abril 2016”**, a fin de conseguir el bachiller de Ingeniero de Producción y Administración en la Universidad Privada de Tacna, Perú. Utilizando para la investigación el método cuantitativo, siendo su objetivo: determinar la relación entre productividad de la empresa Productos Pesqueros del Sur S.A. Tacna y la rotación del personal, en el periodo noviembre 2015 – abril 2016. Teniendo como muestra de la investigación ascendió a 100 colaboradores de la compañía pesquera, obteniendo como resultados de las encuestas realizadas, un resultado de Pearson de 0.942 y nivel de significancia de 0.005. Concluyendo, que hay una gran correlación inversamente entre la productividad y rotación del personal de la compañía Productos Pesqueros del Sur S.A. Tacna.

Starke (2018), en su estudio titulado **“El Marketing Mix y su influencia en la fidelización de los clientes en la empresa Cottons AMIR S.A.C., Callao”**, a fin de adquirir el título de Administración en la Universidad Cesar Vallejo, Lima – Perú. Utilizando a modo enfoque de la investigación, método cuantitativo. Teniendo como objetivo, determinar la influencia entre el Marketing Mix con la Fidelización de los Clientes. Realizando un cuestionario a una muestra de 84 colaboradores, mediante una encuesta de 20 preguntas en la escala de Likert. Alcanzando como resultado de coeficiente

de correlación Rho de Spearman 0.981 y nivel de significancia 0. Concluyendo que efectivamente preexistió una autoridad positiva media entre la Fidelización de los clientes y el Marketing Mix en la empresa Cotons Amir.

Vásquez (2018), en su estudio titulado **“La Franquicia y su influencia en la gestión de la calidad de servicio al cliente en el rubro juguerias en Lima Metropolitana-2017”**, para obtener el título de Administración de Negocios Internacionales en la Universidad Científica del Sur, Lima – Perú. Tiene como objetivo general analizar el sistema de franquicias en el rubro de juguerias y su influencia en la gestión de la calidad del servicio al cliente. Utilizo en su investigación el diseño no experimental – transversal, realizando una encuesta de 40 preguntas a una unidad de muestreo de 150 personas para la aplicación del instrumento. Obteniendo como resultado de coeficiente de correlación Rho Spearman 0.964 y un nivel de significancia 0. Dando como conclusión, se determinó que resulta necesario fortalecer las franquicias ya que aparecen como un gran soporte del sector empresarial y por ende de la dinámica de la economía del país.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable Independiente: Operador Económico Autorizado

Según Benito (2014), indica “que es el marco normativo a nivel internacional del OEA que tiene como propósito facilitar y asegurar el comercio a nivel mundial; el cual está formado por la OMA, quien busca establecer los pilares y lineamientos primordiales en los que las diversas aduanas deben centralizar sus preferencias.

Dicho marco normativo tiene como objetivo promover el comercio de manera ágil y convincente mediante las cadenas de suministros seguras y fuertes; promoviendo la comunicación, cooperación y asociación entre los sectores a nivel nacional, a través de la ejecución de sociedades trascendentales como es el caso del operador económico autorizado”. (pág. 28).

Según OMA (2015), señala “que el operador económico autorizado es un colaborador en el comercio exterior a nivel mundial de servicios y bienes sin relacionarse en las funciones que haya adoptado y que hayan sido aceptadas por las diferentes Jurisdicciones de aduana, comprometiéndose a llevar a cabo la normativa de la Organización Mundial de Aduanas o normativas similares en lineamiento de salvaguardar la seguridad de la cadena de suministro. Además, las compañías que se encuentran aptas para la adquisición de la certificación de acreditación de Operador Económico Autorizado son: transitorios, puertos, operadores integrados, exportadores, aeropuertos, almacenes, distribuidores, fabricantes, intermediarios, importadores, operadores de terminales”. (pág. 42).

Según SUNAT (2019), Define a OEA “como un operador del comercio internacional, el cual desempeña la norma de aduana, sistema de registro logísticos y contables, estándares de seguridad y solvencia financiera; con el fin de convertirlo en un operador confiable para la Jurisdicción de aduana, lo que conllevara a optimizar sus controles y tramites; en la actualidad pueden obtener la certificación de operador económico autorizado los operadores: importadores, empresas de entrega rápida, almacenes aduaneros, exportadores y agencias de aduana”. (parr. 8.).

1.3.2 Variable Dependiente: Competitividad

Según Porter (2017), “se mide de manera diferente al precio, es decir en características de los bienes ofertados, imagen de la marca, tiempo de entrega, servicios de apoyo o productividad, es decir es una variable que es poco propensa que genere deterioro en la rentabilidad, porque mejora la calidad del servicio y también beneficia el incremento del precio de venta de la misma manera”. (p. 50).

Según Botero (2014), “Se adquiere la competitividad, cuando el costo al ofertar el servicio o producto al consumidor no llega a ser un denominador de gran valor al momento de consumir el producto, lo que resulta económicamente muy favorable para las compañías. Por lo que se puede llegar a la conclusión que toda empresa en base al grado de

competitividad que logre tendrá la posibilidad de introducir su marca a nuevos mercados internacionales”. (p. 189).

“La competitividad es el proceso de unificación dinámica de productos, países en mercados internacionales [...], dependiendo de los contextos de demanda y oferta”. (Dussel, P.; p. 111, 2001, citado por Ibarra, M.; Demuner, M. 2017).

Para Miniussi, Coti-Zelati, Arruda (2015), “La competitividad es el resultado anhelado, logrado por el período de trabajo y para las empresas, una extensa unión entre la innovación y la estrategia, obteniendo una gran ventaja con la gran influencia de la tecnología en base a las decisiones estratégicas”. (p. 763).

Además, Calle, Estrada, Barrios y Agudelo (2015), señalan que “La competitividad es una definición utilizada constantemente en la disputa que se refiere al desempeño de una firma, una industria o un país en la economía internacional. Dicho vocablo ha sido frecuentemente utilizado con el fin de explorar el desempeño macroeconómico de los países, dentro del cual se contrasta, para socios comerciales y un país, una serie de peculiaridades económicas notables que puedan ayudar a expresar las tendencias acerca del comercio internacional” (p. 198).

Para Catellanos, Machado, Castellanos y García (2015), “el análisis dentro del sector industrial, las definiciones se orientan directamente en que la competitividad industrial es el resultado, en mayor consideración, de la competitividad de las empresas individualmente; pero también al mismo tiempo de las compañías que la aumentan por el ambiente altamente competitivo que prevalece en la industria. En dicho nivel, la competitividad se origina cuando se logra una productividad superior, ya sea obteniendo costos menores comparados a los de sus competidores internacionales o mediante la capacidad que tienen las compañías de brindar productos con alto valor agregado lo que lo diferencia de los demás” (p. 142).

Asimismo Barrios, Contreras y Olivero (2019), señalan “que la importancia de la competitividad reside en que es definitivo para conseguir el fracaso o éxito de las células productivas, puesto que tiene como propósito, ubicar a la compañía en una posición rentable y sustentable, apoyando su estrategia en diferenciación y costos en relación a la competencia, con la finalidad que el cliente perciba el valor del producto como algo más que su costo y por lo consecuente esté dispuesto a pagar por su valor” (p. 104).

Para Montaña, Preciado, Robles y Chávez (2018), indican “que un adecuado mando de la productividad conlleva a una mejora notable en la competitividad; propicia de una disminución en la estructura de los costos de la capacidad al brindar precios llamativos al mercado y obtener un avance en cuanto a la calidad de vida de todos colaboradores de la compañía” (p. 4).

Finalmente, para Milán y Gómez (2018), “La competitividad en la actualidad es un tema repetitivo que hace referencia a aquellos países, empresas, sectores o regiones que cuentan con la capacidad de constituir constantemente estrategias favorables a las demandas que existen en el ambiente, además, aprovechando las capacidades y recursos que dispone, incrementando el costo de los productos ofrecidos en el mercado, diferenciándose de los competidores y con precios que admitan que la rentabilidad aumente, favoreciendo a incrementar el valor del lugar, marca o el sector” (p. 128).

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema general:

¿Cómo influye el operador económico autorizado en la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019?

1.4.2 Problemas específicos:

¿Cómo influye el operador económico autorizado en la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019?

¿Cómo influye el operador económico autorizado en la rentabilidad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019?

¿Cómo influye el operador económico autorizado en el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019?

1.5 Justificación del estudio:

La calidad de un estudio investigación se da al poder conocer cómo influye el operador económico autorizado en la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019, de tal manera que se pueda llegar a conocer la implicancia de la certificación en la competitividad.

Según Sampieri, Fernández y Lucio (2014) define la justificación del estudio:

Pieza fundamental dentro toda investigación científica, ya que es donde se da a conocer la importancia de llevar acabo el tema a investigar, plasmando las razones y motivos fundamentales de la investigación y lo provechoso que es en toda investigación. (p.40).

Práctico:

La finalidad de la investigación es examinar la influencia que tuvo el operador económico autorizado en la empresa AUSA ADUANAS S.A., lo que contribuyó a ser uno de sus pilares para lograr su notorio posicionamiento y competitividad.

Teórico:

Con la presente investigación se colocará en conocimiento a la empresa mediante conceptos de las variables y teorías relacionadas al tema, a fin de que se pueda hallar los esclarecimientos correspondientes al problema general que se esboza en esta investigación. Ello nos permitirá diferenciar y contrastar los conocimientos aplicados a la empresa AUSA S.A. y la situación en la que se encuentra.

Metodológico:

A fin de alcanzar los objetivos del presente estudio de investigación, se construyó una herramienta de medición para ambas variables; el operador económico autorizado y su

influencia con la variable competitividad. Posterior a la elaboración del instrumento es estudiado en el software de análisis estadístico SPSS, buscando con ello conocer el impacto del operador económico autorizado en la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

1.6 Hipótesis:

1.6.1 Hipótesis general:

El operador económico autorizado influye en la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

1.6.2 Hipótesis específicas:

El operador económico autorizado influye en la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

El operador económico autorizado influye en la rentabilidad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

El operador económico autorizado influye en el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

1.7 Objetivos:

1.7.1 Objetivo general:

Determinar la influencia del operador económico autorizado en la competitividad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019.

1.7.2 Objetivos específicos:

Determinar la influencia del operador económico autorizado en la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

Determinar la influencia del operador económico autorizado en la rentabilidad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

Determinar la influencia del operador económico autorizado en el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

II. MÉTODO

2.1 Método, tipo, nivel, enfoque y diseño de Investigación

2.1.1. Enfoque de investigación

Para efectuar el presente estudio de investigación se ha tomado en cuenta el enfoque **CUANTITATIVA**; Para Gallardo (2017), “es mediante la cual se recopilan y examinan diversos datos cuantitativos sobre las variables [...] asimismo, estudia la relación o asociación entre diversas variables cuantificadas [...], la revisión de la literatura principalmente sirve para averiguar variables significativas que puedan ser medidas” (p.44).

2.1.2. Método de Investigación:

En la presente investigación fue planteado como método: **HIPOTÉTICO DEDUCTIVO**.

Para Guffante, Guffante y Chavez (2016), “Se parte de la observación para plantear un problema, mediante el proceso de inducción el problema conduce a una teoría. En el marco teórico es proyectada la hipótesis mediante un razonamiento deductivo, posteriormente se intenta validarla empíricamente. Método hipotético deductivo es comúnmente utilizado en estudios sociales o educativos, puesto que establece una relación entre la realidad, utopía y teoría”. (p. 90).

2.1.3. Tipo de investigación:

En la búsqueda de resultados que sean prácticos en la sociedad, se ha utilizado como tipo de investigación la **APLICADA**.

La investigación aplicada para Gallardo (2017) es, “[...] también llamada como dinámica o activa, se encuentra unida a la investigación pura, puesto que acata sus aportes teóricos y descubrimientos; buscando comparar la realidad con la teoría planteada” (p. 17).

2.1.4. Nivel de investigación:

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el nivel de estudio: **EXPLICATIVO – CAUSAL**.

Para Hernández (2015), “Las investigaciones explicativas son más que una simple representación de fenómenos, conceptos o del establecimiento de interrelaciones entre diversos conceptos; buscan dirigirse a revelar los inicios de fenómenos y eventos sociales o físicos. Además, tiene a modo objetivo, el por qué se relación las variables o explicar el por qué sucede el fenómeno y las condiciones en las que se presenta”. (p. 95).

2.1.5. Diseño de investigación:

En la presente investigación el diseño planteado es: **NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL:** Para Hernández (2015), Podría definirse como, “La investigación que se efectúa si haber manipulado las variables. Es decir, son estudios en los cuáles no se varían las variables independientes en forma intencional, con el fin de ver su efecto sobre otras variables. Las investigaciones no experimentables se analizan los fenómenos, de la forma en cómo se muestras en su contexto natural.”. (p. 152.)

2.2 Variables, Operacionalización

La presente investigación consta de la variable **X** “Operador Económico Autorizado” y además la variable **Y** “Competitividad”. Las cuáles serán definidas de manera conceptual.

2.2.1. Operacionalización de variables:

2.2.1.1. Variable Independiente X: Operador Económico Autorizado:

Definición Conceptual

Para Benito, F. (2014), indica que es el marco normativo a nivel internacional del OEA que tiene como propósito facilitar y asegurar el comercio a nivel mundial; el cual está formado por la OMA, quien busca establecer los pilares y lineamientos primordiales en los que las diversas aduanas deben centralizar sus preferencias.

Dicho marco normativo tiene como objetivo promover el comercio de manera ágil y convincente mediante las cadenas de suministros seguras y fuertes; promoviendo la comunicación, cooperación de los sectores a nivel nacional, a través de la ejecución de sociedades trascendentales como es el caso del operador económico autorizado”. (p. 28).

★ **Dimensión: Cooperación de sectores**

Según Srauss (2017), “La cooperación de sectores es la partición del trabajo entre los funcionarios implicados en la producción del servicio o bien. Su principal fuente de cooperación son los límites cognitivos de los agentes. Siendo uno de los primordiales motores del incremento en la cooperación es la revolución de la tecnología de la comunicación e información. La información y comunicación (TIC) son relacionados a los cambios en el asesoramiento técnico y suministro de información”. (p. 196).

Indicadores

- **Asesoramiento técnico**

Según Para OECD (2017). “Son instituciones o personas físicas, como fundaciones y universidades que deben cumplir con ciertos estándares que sirven para obtener la certificación y de esa manera, ser afiliados en un registro público de instituciones que brindan soporte técnico pedagógico” (p.179).

- **Suministro de información**

Según Castro y Alzorriz (2014). “Son las acciones de inmiscuirse en el abastecimiento de acceso a la red y el traspaso de información mediante redes informáticas, para facilitar la recolección de información en las páginas que se soliciten por los usuarios, además son utilizados de Hostin para el acogimiento de datos.” (p. 253).

★ **Dimensión Cadena de suministro**

Para Gonzales, Escorcía y Patiño (2017), “La cadena de suministro de distribución es un aspecto relevante dentro del Supply Chain, que ha cautivado una formidable atención por los investigadores, los que concentran sus esfuerzos con el fin de encargarse del sistema de distribución global eficientemente. Incorporando las decisiones de localización, además, del coste de transporte. Además, establece la cantidad de sitios de localización para aperturar, la forma de servir a los minoristas de estos sitios de acuerdo con una política de una sola compra de componentes y dónde ubicarlos, así como las estrategias de inventario, para cada uno de los minoristas y los sitios de localización, con el fin de disminuir los

costos por transporte, como una aproximación exacta de los costos de inventario de dos eslabones. También, es la estrategia de coordinación sistemática y negocio, por las que optan las empresas de negocio tradicional” (p. 54).

Indicadores

- Coordinación sistemática

Según Green (2014). “Es la integración de la cadena de proveedores extendida para admitir procesos e-business inteligentes internamente en una compañía específica a lo extenso de todos los participantes de la cadena logística, con la finalidad de perfeccionar su rendimiento en un largo plazo, de la cadena global como de la unidad de negocio” (p.9).

- Estrategia de negocio

Según Majluf (2015). “Es la formación de programas de acciones propensas a generar ventaja frente a los demás competidores. Dichos sistemas de gestión deberían dar respuesta a los objetivos deseados por el negocio, emprender apropiadamente las amenazas y oportunidades expuestas; reforzando las fortalezas, así como contrarrestar las debilidades reveladas en la evaluación interna” (p.183).

2.2.1.2. Variable Dependiente X: Competitividad:

Definición Conceptual

Según Porter (2017), “se mide de manera diferente al precio, es decir en características de los bienes ofertados, imagen de la marca, tiempo de entrega, servicios de apoyo o productividad, es decir es una variable que es poco propensa que genere deterioro en la rentabilidad, porque mejora la calidad del servicio y también beneficia el incremento del precio de venta, de la misma manera”. (pág. 50).

★ **Dimensión: Productividad**

Según Medina (2010) indica que, “es la representación de cómo se emplean los componentes de la generación de servicios y bienes de la producción para la sociedad. Con la finalidad de perfeccionar dicha producción, a fin de optimizar la eficacia y eficiencia con los que son manipulados los materiales, el recurso financiero, capital y recursos humanos”. (Citado Fontalvo, De la Hoz y Morelos, 2018, p. 50).

Indicadores

- **Servicios**

Para Arévalo, Nájera y Piñero (2018), “Los servicios constituyen un sector altamente importante en la economía, principalmente por su alto valor agregado y sofisticación. Además, estudios señalan que la mejora o aumento de la productividad de dicho sector impacta efectivamente en los niveles de vida de los diversos países o constituye un factor fundamental en el avance de la sociedad”. (p. 200).

- **Eficiencia**

Según Schalock (2015) señala que, “la eficiencia es el manejo de los recursos de una compañía con el fin de lograr los resultados que tiene proyectados para dicha compañía”. (p. 119).

- **Eficacia**

Según Schalock (2015), se refiere a la eficacia como, “El nivel de la capacidad con lo que se va a lograr la obtención de los objetivos trazados por una organización en un periodo determinado”. (p. 119).

★ **Dimensión: Rentabilidad**

Para Vasquez, Rech, Miranda y Tavares (2017), “Los diversos estándares de rentabilidad adquiridos por cualquier compañía demuestra una alta eficacia de su

administración de esta, que genera utilidades desde la inversión en activos, de modo que mayores niveles de dicha variable afirmen las cualidades de la empresa para brindar un retorno del capital colocado. En resultado, este indicador es comúnmente calificado como la medida de mayor notabilidad para juzgar el fracaso o acierto de una compañía determinada en base a su capacidad y producción”. (p. 238).

- **Capacidad**

Para Almeida, Marques, Abrantes y Rodrigues (2018), “Se acentúa la relevancia del proceso industrial como un ordenador de capital, teniendo en cuenta la capacidad a fin de agregar valor, utilizando el capital humano, relacionándose con los diversos sectores económicos para suscitar el crecimiento de la economía”. (p. 920).

- **Producción**

Fernandez, Avella y Fernandez (2006), “Para la producción, toda empresa debe tener una táctica de producción, así como también debe contar con prioridades competitivas u objetivos como: plazo de entrega, costo, flexibilidad y calidad. En consecuencia, el grado de ajuste entre las prioridades competitivas de una organización y sus principales decisiones en materia de inversión en infraestructura y estructura, que brindan la clave para llevar a cabo el potencial de las operaciones de las compañías que las utilizan como herramienta competitiva”. (Citado por Bustos, F.; Carlos, E.; 2015, p. 9).

★ **Dimensión: Precio**

Para Monferrer (2014), “Todos los productos y servicios tienen un valor, de la misma manera tienen un precio. Las compañías que venden sus servicios o productos les establecen un precio como representación del valor de transacción con el fin de posicionarlos dentro del mercado, de modo que puedan recuperar el coste en los que se incurrió y alcanzar un margen de ganancia. Asimismo, el precio es el importe cobrado para brindar un servicio o producto y de la sumatoria de precios donde los consumidores intercambian para obtener y manejar productos. Para lograr una estrategia de precio

efectiva, se debe contar con la relación entre el costo, fabricación y la cantidad; las reacciones de los usuarios de los productos, las características del mercado y la estructura de los costes comerciales, así como también sus características, posicionamiento e imagen”. (p. 117).

- **Producto**

Según Monferrer (2014), “El producto debe considerarse como una propuesta de valor, ya que es un grupo de mejoras las cuales aportan a la complacencia en cuanto a lo que los diversos clientes necesitan. Dicho ofrecimiento de valor se plasma en una oferta que presume productos físicos, información, combinación de servicios y experiencia. Desde dicho concepto, es ideal comprender la palabra producto a partir de una orientación amplia en la cual, no solo para los servicios y bienes físicos (educación, restaurantes, limpieza, envío postal, hoteles, sanidad, entre otros), sino, también adquieren importancia: Las experiencias, lugares, empresas, personas, acontecimientos”. (p. 98).

- **Posicionamiento**

Para Monferrer (2014), indica que “La deliberación del posicionamiento de los productos de la compañía dentro del mercado pertenece a la última etapa del proceso de segmentación de los diversos mercados. Por lo cual, el posicionamiento de un servicio o producto se basa en la concepción de este y de su imagen con el fin de brindarle un lugar determinado en la mente del consumidor en comparación a sus competidores. Por lo tanto, se entiende que es el lugar que el producto o servicio invade la mente del consumidor”. (p. 65).

2.3 Matriz de Operacionalización

Tabla 1: Matriz de operacionalización de la variable independiente: Operador Económico Autorizado

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Operador económico autorizado (independiente)	Según Benito (2014), indica que es el marco normativo a nivel internacional del OEA que tiene como propósito facilitar y asegurar el comercio a nivel mundial; el cual está formado por la OMA, quien busca establecer los pilares y lineamientos primordiales en los que las diversas aduanas deben centralizar sus preferencias. Dicho marco normativo tiene como objetivo promover el comercio de manera ágil y convincente mediante las cadenas de suministros seguras y fuertes; promoviendo la comunicación, cooperación de los sectores a nivel nacional, a través de la ejecución de sociedades trascendentales como es el caso del operador económico autorizado”. (pág. 28).	La variable independiente se mide a través de un cuestionario que contiene 6 ítems, donde se tiene en cuenta los indicadores para la realización de ello.	Cooperación de sectores	Asesoramiento técnico	Ordinal e Intervalo Sampieri, Fernandez y Baptista (2014) la escala ordinal es: En este nivel hay varias categorías, pero además mantiene un orden de mayor a menor. La escala de intervalo es: además del orden o jerarquía entre categorías se establecen intervalos iguales en la medición [...].
				Suministro de información	
			Cadena de suministro	Coordinación sistemática	
				Estrategia de negocio	

Tabla 2: Matriz de operacionalización de la variable dependiente: Competitividad

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Competitividad (variable dependiente)	Según Porter (2017), “se mide de manera diferente al precio, es decir en características de los bienes ofertados, imagen de la marca, tiempo de entrega, servicios de apoyo o productividad, es decir es una variable que es poco propensa que genere deterioro en la rentabilidad, porque mejora la calidad del servicio y también beneficia el incremento del precio de venta de la misma manera”. (pág. 50).	La variable dependiente se mide a través de un cuestionario que contiene 10 ítems, donde se tiene en cuenta los indicadores para la realización de ello	Productividad	Servicios	Ordinal e Intervalo
				Eficiencia	
				Eficacia	
			Rentabilidad	Producción	La escala de intervalo es: además del orden o jerarquía entre categorías se establecen intervalos iguales en la medición [...].
				Capacidad	
			Precio	Producto	
				Posicionamiento	

2.4 Población y muestra

2.4.1 Población:

Rev. Alerg Mex. (2016), indica “La población de estudio es un conjunto de casos, accesible, limitado y definido, que formará parte de la elección de la muestra, y que a su vez cuenta con diversos criterios predeterminados. Es necesario esclarecer que cuando se trata de una población de un estudio, el vocablo no se refiere únicamente a seres humanos, sino que del mismo modo puede referirse a hospitales, organizaciones, objetos, familias, expedientes, animales, etc.; aunque para alguno de estos, es idóneo recurrir al término análogo, tal como, universo de estudio”. (p. 202).

Para el presente trabajo se consideró como población a los clientes a los que la empresa AUSA ADUANAS S.A. les brinda su servicio, obteniendo la cantidad de total de doscientos ochenta y cuatro clientes de los cuales existen entre exportadores e importadores.

2.4.2 Unidad de medida

Nuestra unidad de medida utilizada es un nivel de medición razón, ya que nuestro objetivo son los clientes de la agencia de aduana; entre importadores y exportadores que tienen de 5 a más años laborando con dicha agencia; de tal manera que se realizó la perspectiva de cada uno según el cuestionario realizado.

2.4.3 Muestra

Para el presente trabajo de investigación se tomó en cuenta la muestra **probabilística**.

Según Otzen y Manterola (2017), “La muestra puede ser adquirida de dos prototipos: no probabilística y probabilística. Las técnicas de muestreo probabilísticas acceden a conocer la posibilidad con la que cuenta cada individuo a estudio, ya que podrá ser parte de la muestra mediante una selección al azar. Por el contrario, para las técnicas de muestreo no probabilísticas, la elección de los sujetos a estudio de investigación se efectuará de acuerdo con ciertos criterios y características que los

investigadores consideren necesarias; lo que genera que sean escasamente reproducibles, confiables y válidos; ya que el prototipo de muestra no se ajusta a un fundamento probabilístico, por lo que, no es confiable que cada sujeto a estudio simbolice a la población blanco”. (p. 228).

En cada investigación se debe establecer la cantidad específica de colaboradores que será preciso incluir a fin de lograr los objetivos planteados desde un principio. Este número se conoce como tamaño de muestra, que se estima o calcula mediante fórmulas matemáticas o paquetes estadísticos; utilizando la siguiente fórmula:

Tabla 3: *Formula para cálculo de la muestra*

Dónde:

Muestra (n)	
Nivel de confiabilidad	95%
Población (N)	284
Valor de distribución (Z)	1.96
Margen de error (d)	5%
Porcentaje de aceptación (P)	50%
Porcentaje de no aceptación (Q)	50%

Para la presente investigación, se realizó una muestra conformada por un total de 89 clientes entre los cuales hay exportadores e importadores de la empresa AUSA ADUANAS S.A.

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos validez y confiabilidad

2.5.1. Técnica

Para López F. (2015), “La técnica se determina por poseer diversas formas de obtener datos, en comparación con los instrumentos que son herramientas que se manipulan con el fin de procesar la información acumulada, recolectar y almacenar” (p 44).

Se utilizó como técnica, la encuesta, para la recaudación de datos; ya que permite recopilar datos mediante contestaciones a las encuestas que elaboro el investigador.

2.5.2. Instrumentos de recolección de datos

Se utilizó el cuestionario a modo de instrumento para la cogida de información, ello debido a que facilita el análisis y medición sobre la importancia de una variable frente a la otra.

Para Villasís et al., (2018), habitualmente para medir las variables es necesario utilizar instrumentos. Estos instrumentos de evaluación pueden ser dispositivos médicos [...] así también como cuestionarios o encuestas que pueden responder la unidad de muestreo elegida de acuerdo con la investigación. Es ideal considerar que cualquiera de los mencionados anteriormente puede tener limitaciones metodológicas o técnicas para medir con exactitud lo que se desea. Uno de los principales objetivos del uso de los instrumentos de investigación, al igual que la concentración de pruebas diagnósticas planteadas, es procurar recuperar la información de cada participante.

Dicho instrumento lo conforman 18 interrogaciones; entre las cuales se encuentran 6 interrogantes correspondientes a la variable (Operador económico autorizado) y 12 interrogantes correspondientes a la variable (Competitividad), dicho cuestionario está enfocado a aquellos clientes entre importadores y exportadores de la empresa AUSA ADUANAS S.A.

2.5.3 Confiabilidad

Para Villasís et al., (2018), los resultados de un estudio pueden considerarse confiables cuando tienen un alto grado de validez, es decir, cuando no hay sesgos. Sin embargo, este término se utiliza más cuando se están desarrollando instrumentos o escalas clínicas [...] Así, una vez que se establece que una escala es reproducible y consistente, entonces puede concluirse que es confiable. (p. 416).

Tabla 4: *Coefficiente de alfa de Cronbach*

Coefficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Muy Baja
-0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

El trabajo de investigación se realizó la confiabilidad del instrumento utilizando el método de Alfa de Cronbach, registrando la información recopilada en el sistema estadístico SPSS 22, posterior a la obtención de los resultados sobre las encuestas que se realizaron a la muestra correspondiente a 89 clientes conformados por exportadores e importadores de la empresa AUSA ADUANAS S.A.

VARIABLE INDEPENDIENTE: OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO

Tabla 5: *Resultado estadístico de fiabilidad de la variable independiente: Operador Económico Autorizado*

Escala: ALL VARIABLES				Estadísticas de fiabilidad	
Resumen de procesamiento de casos				Alfa de Cronbach	N de elementos
		N	%		
Casos	Válido	89	100,0		
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	89	100,0	,899	6

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Dicho resultado de la estadística sobre la confiabilidad de la variable “X” independiente, nos indica que la prueba es fiable obteniendo como resultado de 0.899; señalando que el nivel de confiabilidad de los ítems y del instrumento es calificado altamente positivo.

VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD

Tabla 6: Resultado estadístico de fiabilidad de la variable dependiente: Competitividad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	89	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	89	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	12

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

En cuanto al resultado de la estadística sobre la confiabilidad de la variable “Y” dependiente, nos muestra la prueba fiablemente obteniendo como resultado de 0.944; lo que señala que el nivel de confiabilidad de los ítems y del instrumento es calificado altamente positivo.

Variable Independiente X y Variable dependiente Y

OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO Y COMPETITIVIDAD

Tabla 7: Resultado estadístico de fiabilidad de la variable independiente: Operador Económico Autorizado y Competitividad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	89	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	89	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,963	18

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

En cuanto al resultado de la estadística sobre la confiabilidad de la variable “X” independiente e “Y” dependiente, nos afirma que la prueba es fiable obteniendo un resultado de 0.963; señalando que el nivel de confiabilidad de los ítems y del instrumento es calificado altamente positivo.

2.6 Métodos de análisis de datos

En base al análisis de datos del trabajo de investigación se trabajó la parte estadística con el sistema SPSS 24. Se llevaron a cabo los análisis estadísticos tales como: Alfa de Cronbach con el propósito de obtener la medición de la fiabilidad del instrumento y de esa manera lograr verificar el rechazo o aceptación de las hipótesis que se dieron en la investigación, lo que permitió acceder a la obtención de conclusiones efectivas.

2.7 Aspectos éticos

- Uso de datos: La investigación recopilada solo se utilizó a fin de obtener los resultados estadísticos, respetando la integridad de las compañías encuestadas.
- Valor social: Las compañías que fueron partícipes de la investigación, brindaron información por voluntad propia presentando disposición en todo momento y no por obligación.
- Elección equilibrada de los sujetos: Se realizó las encuestas de forma equitativa, en las mismas condiciones; con el fin de obtener resultados óptimos.
- Validez científica: La información obtenida por autores externos posee las fuentes adecuadas, por lo que la validez de la teoría es conforme, cabe resaltar que no se alteraron datos del autor.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis descriptivo – Resultado por dimensión y variable

Tabla 8: *Análisis descriptivo de la variable independiente: “Operador Económico Autorizado”*

OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	3,4	3,4	3,4
	Indeciso	1	1,1	1,1	4,5
	De acuerdo	3	3,4	3,4	7,9
	Muy de acuerdo	82	92,1	92,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

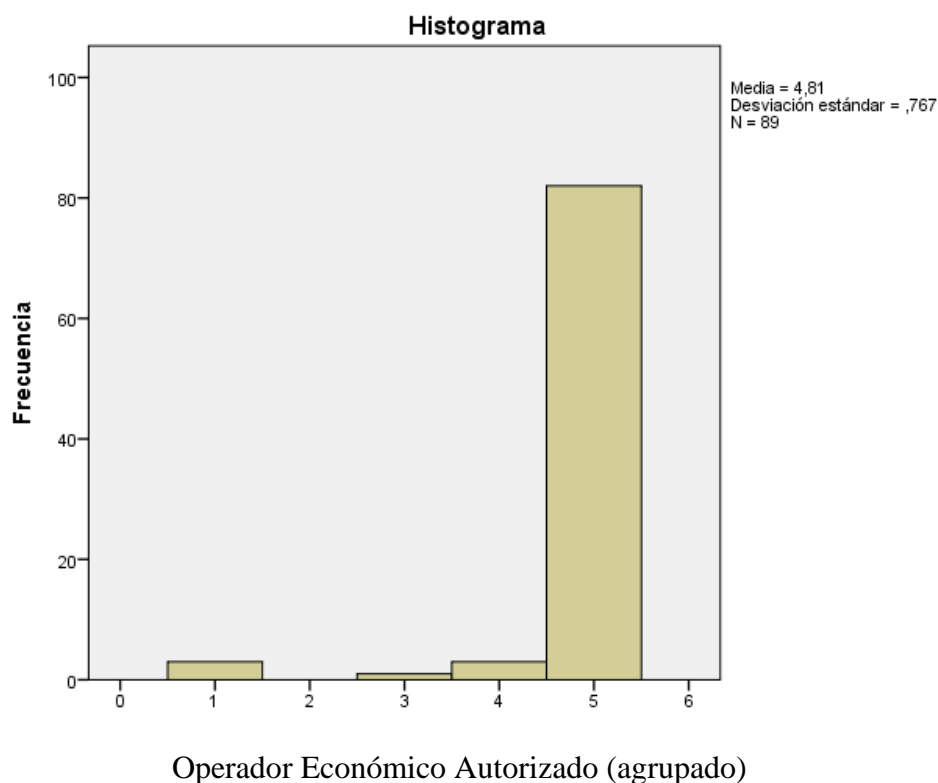


Figura 1. Nivel de la variable: Operador Económico Autorizado

Los resultados de la figura 1 reflejan los porcentajes alcanzados de acuerdo con la muestra que los conforman los clientes de la compañía AUSA ADUANAS S.A., encontrándose el 92.1% de la muestra muy de acuerdo, el 3.4 % indicaron que se encuentran de acuerdo; asimismo el 3.45% también indico que se encuentra totalmente en desacuerdo, mientras que

el 1.1% indico encontrarse indeciso en base a la variable “Operador Económico Autorizado”.

Tabla 9: *Análisis descriptivo de la dimensión 1: “Cooperación de sectores”*

COOPERACIÓN DE SECTORES (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	3,4	3,4	3,4
	En desacuerdo	1	1,1	1,1	4,5
	De acuerdo	11	12,4	12,4	16,9
	Muy de acuerdo	74	83,1	83,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

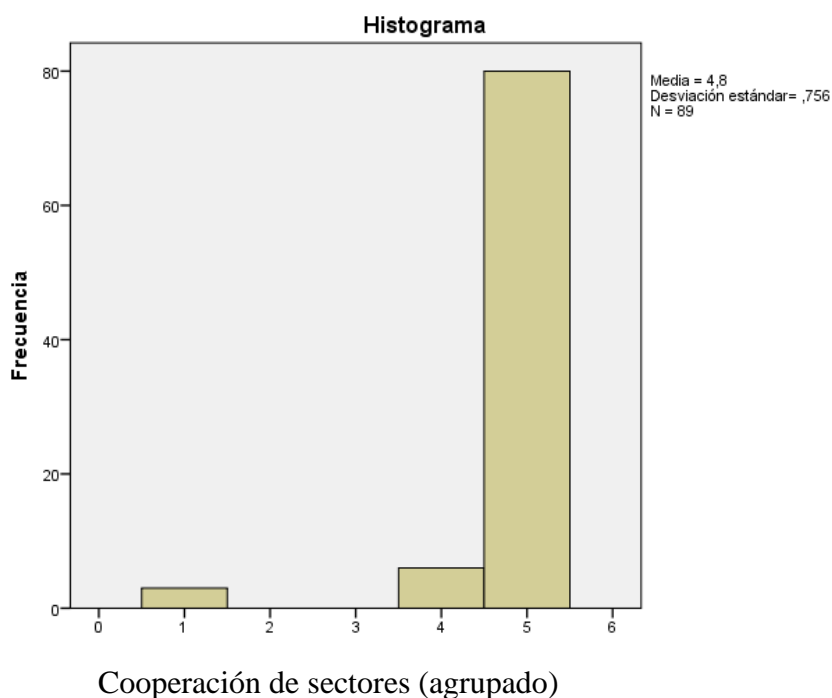


Figura 2. Nivel de la dimensión: Cooperación de Sectores

En referencia con los resultados obtenidos de la figura N° 2, obtuvimos como resultado que el 83,1% de la muestra que se conforman por los clientes de la empresa AUSA ADUANAS S.A. se encuentra muy de acuerdo, en comparación con el 12,4% que se encuentra de acuerdo. De igual forma observamos que el 3,4% está en total desacuerdo en referencia a la dimensión cooperación de sectores, teniendo como último resultado que el 1,1% se encuentra indeciso.

Tabla 10: *Análisis descriptivo de la dimensión 2: “Cadena de Suministro”*

CADENA DE SUMINISTRO (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	3,4	3,4	3,4
	De acuerdo	10	11,2	11,2	14,6
	Muy de acuerdo	76	85,4	85,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

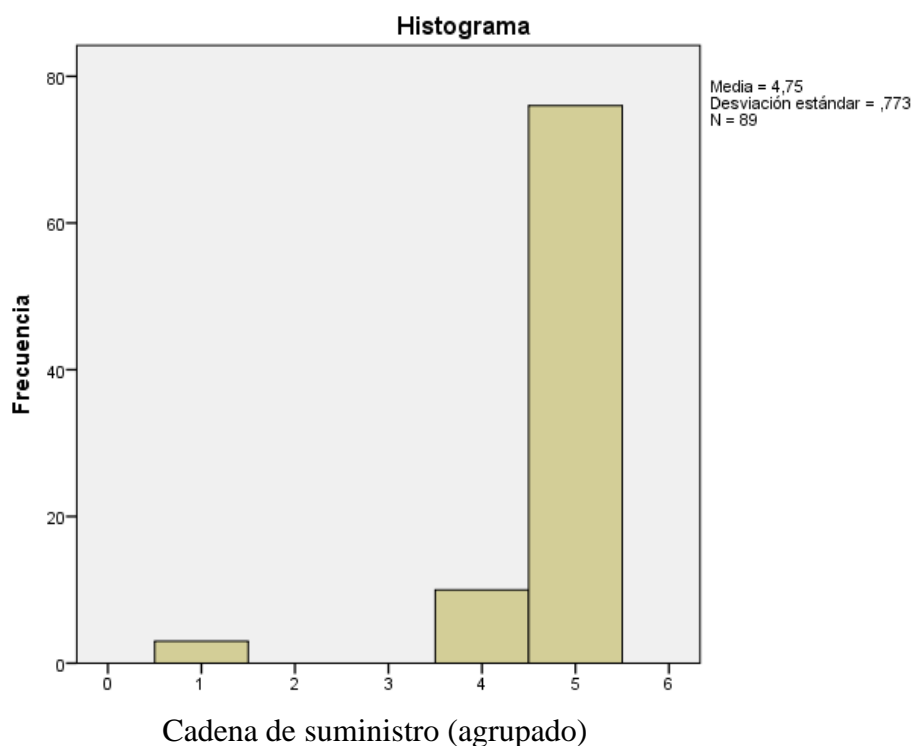


Figura 3. Nivel de la dimensión: Cadena de suministros

Los resultados obtenidos de la figura N° 3, observamos que el 85.4% de la muestra que lo conforman clientes de la empresa AUSA ADUANAS S.A., se encuentra muy de acuerdo. Además, se observa que el 11.2% de dicha población se encuentra de acuerdo, mientras que el 3.4% está totalmente en desacuerdo con referencia a la dimensión “Cadena de Suministro”.

Tabla 11: *Análisis descriptivo de la variable dependiente: “Competitividad”*

COMPETITIVIDAD (agrupado)		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	3,4	3,4	3,4
	De acuerdo	8	9,0	9,0	12,4
	Muy de acuerdo	78	87,6	87,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

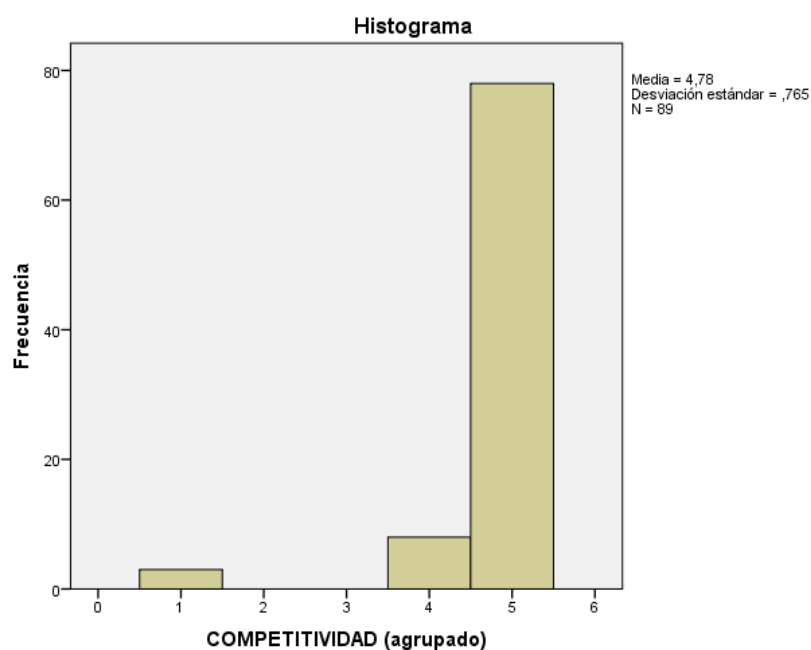


Figura 4. Nivel de la variable: Competitividad

En cuanto a los resultados obtenidos de la figura N° 4, el 87.6% de la muestra que se encuentra conformidad por los clientes de la empresa AUSA ADUANAS S.A. declararon encontrarse muy de acuerdo, el 9% se encuentra en desacuerdo. Sin embargo, el 3.4% manifestó encontrarse totalmente en desacuerdo en relación con la variable “Competitividad”.

Tabla 12: *Análisis descriptivo de la dimensión 1: “Productividad”*

PRODUCTIVIDAD (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	3,4	3,4	3,4
	Indeciso	2	2,2	2,2	5,6
	De acuerdo	9	10,1	10,1	15,7
	Muy de acuerdo	75	84,3	84,3	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

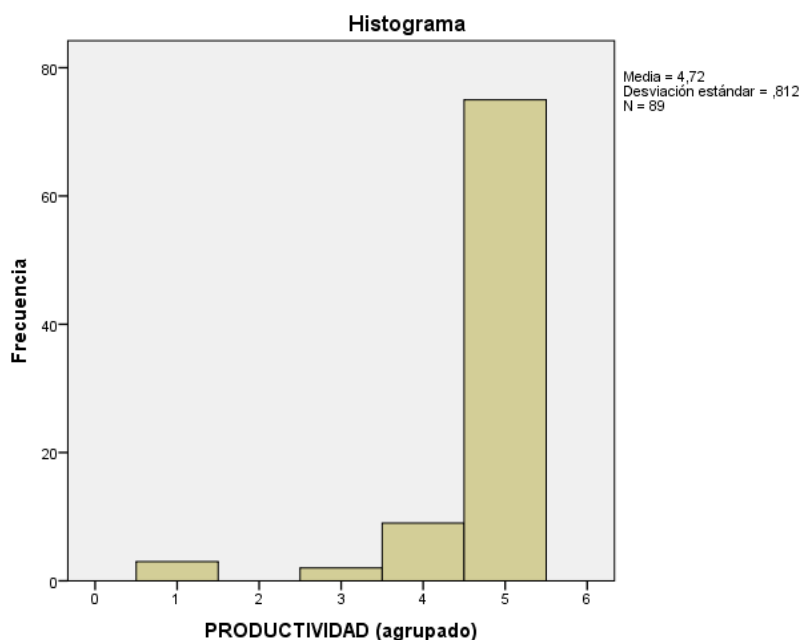


Figura 5. Nivel de la dimensión: Productividad

En relación de los resultados obtenidos de la figura N° 5, observamos que el 84.3% de la muestra que la conforman los clientes de la compañía AUSA ADUANAS S.A., mostraron que se encuentran muy de acuerdo, el 10.1% de dicha muestra indicaron que están de acuerdo. Mientras, que el 3,4% declararon que se encuentran totalmente en desacuerdo y 2.2% informo que se encuentran indecisos en proporción a la dimensión “Productividad”.

Tabla 13: *Análisis descriptivo de la dimensión 2: “Rentabilidad”*

RENTABILIDAD (agrupado)				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	3,4	3,4
	Indeciso	1	1,1	4,5
	De acuerdo	9	10,1	14,6
	Muy de acuerdo	76	85,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0

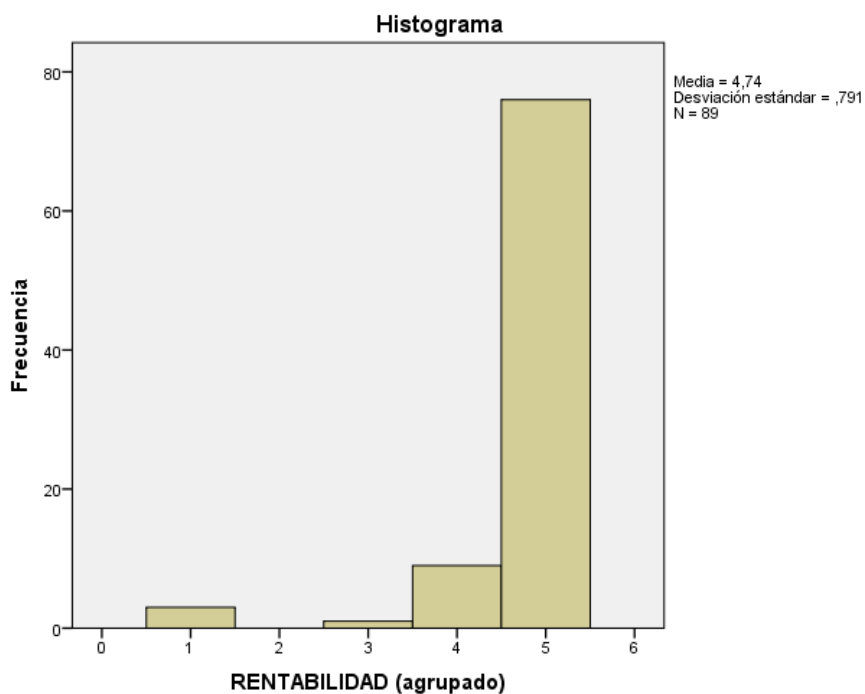


Figura 6. Nivel de la dimensión: Rentabilidad

En la figura N° 6 observamos que el 85.4% de la muestra conformada por los clientes de la compañía AUSA ADUANAS S.A., está muy de acuerdo. Asimismo, se observa que el 10.1% revelaron que están de acuerdo, mientras que el 3.4% se encuentra totalmente en desacuerdo y el 1.1% de la muestra se encuentra indeciso frente a la dimensión “Rentabilidad”.

Tabla 14: *Análisis descriptivo de la dimensión 3: “Precio”*

		PRECIO (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	3.4	3.4	3.4
	Indeciso	3	3.4	3.4	6.7
	De acuerdo	5	5.6	5.6	12.4
	Muy de acuerdo	78	87.6	87.6	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

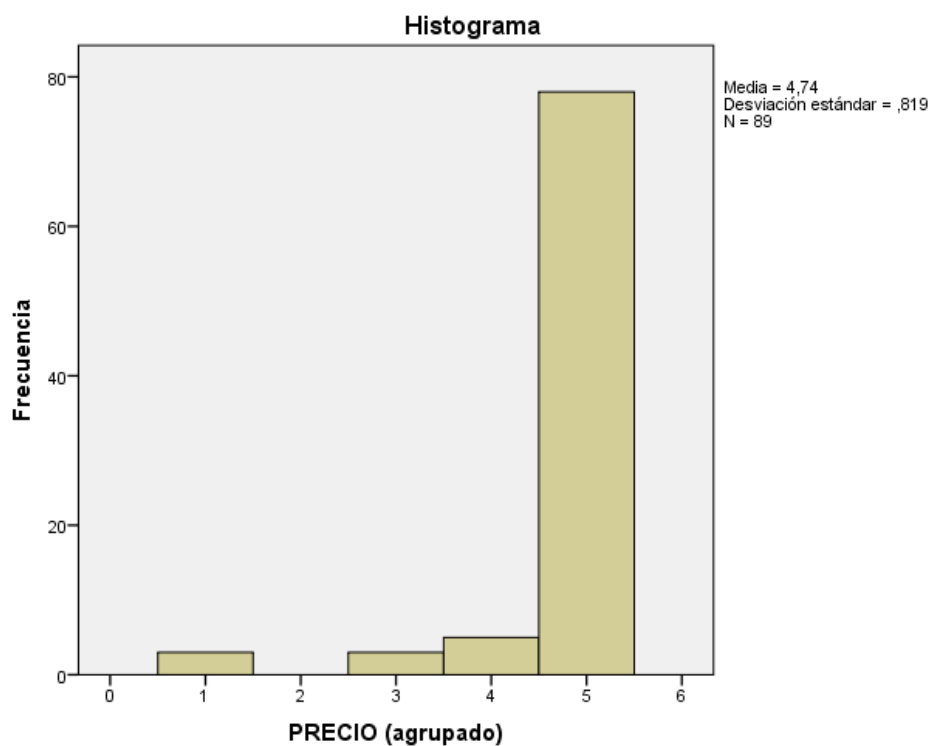


Figura 7. Nivel de la dimensión: Precio

Los resultados obtenidos en la figura N° 7, observamos que el 87,6% de la muestra que la conforman los clientes de la empresa AUSA ADUANAS S.A., indicaron encontrarse muy de acuerdo. Mientras que el 5,6% manifestó encontrarse de acuerdo, mientras que el 3,4% indicaron encontrarse indecisos y totalmente en desacuerdo con referencia a la dimensión “Precio”.

3.2 Comprobación de hipótesis

En la presente investigación, la demostración de hipótesis se ejecutó mediante el análisis de regresión lineal, aplicando el método estadístico de Pearson, la prueba de Anova, la tabla de coeficientes y el resumen del modelo.

Según Bernal (2016), indica “que el coeficiente de determinación es el cuadrado del coeficiente de correlación, el mismo que manifiesta el nivel de variación entre una variable y otra” (p. 219).

Hernández, S. (2015), “acredita que la regresión lineal se trata de un procedimiento estadístico que se utiliza con el fin de automatizar el nivel de la influencia de una variable en comparación a otra, además que se establece mediante el estadístico r de Pearson” (p. 307).

Además, Según Hernández, S. (2015), indica “que en referencia al coeficiente de correlación de Pearson (r^2) este admite examinar la posible correlación que puede existir entre las variables, en la cual hay una correlación verdaderamente proporcional, puesto que, a mayor índice de correlación, el resultado de la variable independiente sobre la dependiente es mayor” (p. 304).

Tabla 15: *Coeficiente de correlación de variables de Pearson*

Puntuación	Denominación del grado
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta (a mayor X menor Y)
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.26 a -0.50	Correlación negativa media
-0.11 a -0.25	Correlación negativa débil
-0.01 a -0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.01 a +0.10	Correlación positiva muy débil
+0.11 a +0.25	Correlación positiva débil
+0.26 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta (A mayor X mayor Y)

Nota: Hernández, S. (2015, p. 305). Metodología de la investigación científica.

3.3 Prueba de influencia

3.3.1 Hipótesis general

H1: El operador económico autorizado influye en la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

H0: El operador económico autorizado no influye en la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

Se considera:

Sig. <0.05, Acepta la hipótesis de investigación y rechaza la hipótesis nula.

Sig. >0.05, Rechaza la hipótesis de investigación y acepta la hipótesis nula.

Tabla 16: *Correlación de variables – Hipótesis general*

Correlaciones			
		COMPETITIVIDAD (agrupado)	OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)
COMPETITIVIDAD (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,914**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	89	89
OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	Correlación de Pearson	,914**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	89	89

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

Con la información plasmada en la Tabla N° 16, visualizamos que el resultado del índice de correlación de la variable independiente “Operador Económico Autorizado” y la variable dependiente “Competitividad” fue de 0.914, lo cual, de acuerdo a la tabla de coeficiente de correlación de variables según Hernández, S. (2015, p.305), dicho resultado es interpretado como correlación positiva perfecta.

Tabla 17: *Resumen del modelo según la variable “Operador Económico Autorizado” y la variable “Competitividad”*

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.914 ^a	.835	.833	.312

a. Predictores: (Constante), OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO

Interpretación:

Resultados obtenidos en la tabla N° 17, observamos que el resumen del modelo de valor de $R=0.914$. Considerándola como relación directa, se deduce que en un 91.4% el operador económico autorizado aumenta la competitividad de la compañía AUSA ADUANAS S.A. Es así como, el coeficiente de determinación es de $R^2=0.835$, establece que 83.5% de la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. deriva del operador económico autorizado.

Tabla 18: *Prueba de ANOVA según la variable “Operador Económico Autorizado” y la variable “Competitividad”*

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	43,011	1	43,011	440,499	,000 ^b
	Residuo	8,495	87	,098		
	Total	51,506	88			

a. Variable dependiente: COMPETITIVIDAD (agrupado)

b. Predictores: (Constante), OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)

Interpretación:

Dentro de los resultados adquiridos en la tabla N° 18, se visualiza como resultado del método estadístico ANOVA, en el cual observamos un nivel de significancia de 0.000, el cual, siendo inferior de 0.05, refleja el rechazo para la hipótesis nula, aceptando la hipótesis de investigación. Entendiendo la existencia de una relación lineal del operador económico autorizado, con la competitividad de la compañía AUSA ADUANA S.A.

Tabla 19: *Tabla de coeficientes según la variable “Operador Económico Autorizado” y la variable “Competitividad”*

Coeficientes ^a					
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	
		B	Error estándar	Beta	
1	(Constante)	,391	,211		1,850
	OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	,912	,043	,914	20,988
					Sig. ,068
					,000

a. Variable dependiente: COMPETITIVIDAD (agrupado)

Interpretación:

En la información obtenida de la tabla N° 19, podemos observar que los coeficientes estandarizados y no estandarizados para las variables “operador económico autorizado” y “competitividad”. Dentro del método estadístico, el resultado t del coeficiente de regresión es ($T=20,988$: $0.000 < 0.05$), con dicho resultado se acepta la hipótesis de investigación y se demuestra mediante los coeficientes no estandarizados que el porcentaje de influencia del operador económico autorizado en la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS es del 91.2%.

3.3.2 Hipótesis específica 1

HI: El operador económico autorizado influye en la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

H0: El operador económico autorizado no influye en la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

Se considera:

Sig. <0.05 , Acepta la hipótesis de investigación y rechaza la hipótesis nula.

Sig. >0.05 , Rechaza la hipótesis de investigación y acepta la hipótesis nula.

Tabla 20: *Correlación de variables-hipótesis específica 1*

Correlaciones		OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	PRODUCTIVIDAD (agrupado)
OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,844**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	89	89
PRODUCTIVIDAD (agrupado)	Correlación de Pearson	,844**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	89	89

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo con lo reflejado en la tabla N° 20, el resultado de correlación es 0.844, lo cual, de acuerdo con la tabla de coeficiente de correlación de variables según Hernández, S. (2015, p.305), se puede descifrar a modo de correlación positiva muy fuerte.

Tabla 21: *Resumen del modelo según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Productividad”*

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,844 ^a	,712	,709	,438

a. Predictores: (Constante), OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO

Interpretación:

Los resultados de la tabla N° 21 reflejan un resultado de valor de $R=0.844$. Lo cual manifiesta que existe relación directa, deduciendo que un 84.4% el operador económico autorizado aumenta la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. Al mismo tiempo, indica que el coeficiente de determinación es de $R^2=0.712$, estableciendo que el 71.2% de la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. proviene del operador económico autorizado.

Tabla 22: *Prueba de ANOVA según variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Productividad”*

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	41,287	1	41,287	215,212	,000 ^b
Residuo	16,690	87	,192		
Total	57,978	88			

a. Variable dependiente: PRODUCTIVIDAD (agrupado)

b. Predictores: (Constante), OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)

Interpretación:

En el resultado estadístico ANOVA detallado en la tabla N° 22, se demuestra que existe nivel de significancia de 0.000, el cual, siendo inferior de 0.05, es aceptada la hipótesis de investigación, rechazando la hipótesis nula. Consecuentemente, hay que aseverar la existencia de relación lineal del operador económico autorizado, con la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A.

Tabla 23: *Tabla de coeficientes según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Productividad”*

Coeficientes ^a					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	,424	,296		1,430	,156
OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	,893	,061	,844	14,670	,000

a. Variable dependiente: PRODUCTIVIDAD (agrupado)

Interpretación:

En el resultado obtenido en tabla N° 23, muestran un resultado estadístico t del coeficiente de regresión (T=14,670: 0.000<0.05), resultado que refleja que la hipótesis de investigación es afirmada y con el resultado de coeficiente no estandarizado es de 89.3% lo que refleja que existe influencia de la variable operador económico autorizado en la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A.

3.3.3 Hipótesis específica 2

H1: El operador económico autorizado influye en la rentabilidad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

H0: El operador económico autorizado no influye en la rentabilidad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

Se considera:

Sig. <0.05, Acepta la hipótesis de investigación y rechaza la hipótesis nula.

Sig. >0.05, Rechaza la hipótesis de investigación y acepta la hipótesis nula.

Tabla 24: *Correlación de variables- hipótesis específica 2*

Correlaciones				
		OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	RENTABILIDAD (agrupado)	
OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,892**	
	Sig. (bilateral)		,000	
	N	89	89	
RENTABILIDAD (agrupado)	Correlación de Pearson	,892**	1	
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	89	89	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

Los resultados de la tabla N° 24, tienen como resultado de correlación 0.892, lo cual, de acuerdo con la tabla de coeficiente de correlación de variables según Hernández, S. (2015, p.305), la descifra conjuntamente como correlación positiva muy fuerte.

Tabla 25: *Resumen del modelo según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Rentabilidad”*

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,892 ^a	,795	,793	,360

a. Predictores: (Constante), OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO

Interpretación:

El resumen del modelo, detallado en la tabla N° 25, demuestra el valor de $R=0.892$, considerándola como relación directa, por lo que, se infiere que en un 89,2% el operador económico autorizado aumenta la rentabilidad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. Adicionalmente, el coeficiente de determinación fue $R^2=0.795$, que establece que un 79,5% del desempeño de la rentabilidad proviene del operador económico autorizado.

Tabla 26: *Prueba de ANOVA según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Rentabilidad”*

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	GI	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	43,793	1	43,793	338,263	,000 ^b
Residuo	11,263	87	,129		
Total	55,056	88			

a. Variable dependiente: RENTABILIDAD (agrupado)

b. Predictores: (Constante), OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)

Interpretación:

Resultados estadísticos de ANOVA que se reflejan en la tabla N° 26, demuestran un nivel de significancia de 0.000, el cual, siendo inferior a 0.05, manifiesta que la hipótesis de investigación es admitida y la hipótesis nula es rechazada. Por lo que, es posible aseverar que existe relación entre el operador económico autorizado y la rentabilidad de la compañía AUSA ADUANAS S.A.

Tabla 27: *Tabla de coeficientes según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Rentabilidad”*

Coeficientes ^a					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	,318	,244		1,305	,195
OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	,920	,050	,892	18,392	,000

a. Variable dependiente: RENTABILIDAD (agrupado)

Interpretación:

En el resultado detallado en la tabla N° 27, se obtuvo como resultado estadístico t del coeficiente de regresión ($T=18,392$; $0.000 < 0.05$) lo que demuestra que hipótesis de investigación se afirma. También, mediante los coeficientes no estandarizados, concluyendo que la proporción de influencia del OEA con el desempeño de rentabilidad es 92%.

3.3.4 Hipótesis específica 3

H_I: El operador económico autorizado influye en el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

H₀: El operador económico autorizado no influye en el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A. en el año 2019.

Se considera:

Sig. < 0.05 , Acepta la hipótesis de investigación y rechaza la hipótesis nula.

Sig. > 0.05 , Rechaza la hipótesis de investigación y acepta la hipótesis nula.

Tabla 28: *Correlación de variables-hipótesis específica 3*

Correlaciones			
		OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	PRECIO (agrupado)
OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,897**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	89	89
PRECIO (agrupado)	Correlación de Pearson	,897**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	89	89

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

Con la información adquirida en la tabla N° 28, existe una correlación es 0.897, lo cual, de acuerdo con la tabla de coeficiente de correlación de variables según Hernández, S. (2015, p.305), se descifra una correlación positiva muy fuerte.

Tabla 29: *Resumen del modelo según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Precio”*

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,897 ^a	,805	,803	,364

a. Predictores: (Constante), OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO

Interpretación:

Con el resultado de la Tabla N° 29, observamos el resumen del modelo, que cuenta con un valor R=897. Considerándose como relación directa, se deduce que en un 89.7% el operador económico autorizado aumenta el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A. Al mismo tiempo, el coeficiente de determinación fue de R²=0.805, demostrando que el 80.5% del precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A. proviene del operador económico autorizado.

Tabla 30: *Prueba de ANOVA según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Precio”*

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	47,550	1	47,550	359,520	,000 ^b
	Residuo	11,507	87	,132		
	Total	59,056	88			

a. Variable dependiente: PRECIO (agrupado)

b. Predictores: (Constante), OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)

Interpretación:

El resultado estadístico ANOVA, detallado en la tabla N° 30, señala un nivel de significancia de 0.000, el cual, siendo inferior de 0.05 la hipótesis de la investigación es aceptada. Deduciendo evidentemente que si preexiste correlación lineal entre el operador económico autorizado y el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A.

Tabla 31: *Tabla de coeficiente según la variable “Operador Económico Autorizado” y la dimensión “Precio”*

Coeficientes ^a					
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	Sig.
		B	Error estándar	Beta	
1	(Constante)	,132	,246		,536
	OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO (agrupado)	,959	,051	,897	18,961

a. Variable dependiente: PRECIO (agrupado)

Interpretación:

Con el resultado de coeficiente obtenido de la tabla N° 31, se alcanzó como resultado estadístico t del coeficiente de regresión de (T=18,961: $0.000 < 0.05$), reflejando que la hipótesis de investigación es afirmada. Por lo tanto, se deduce que, mediante los coeficientes no estandarizados, se revela que el porcentaje de influencia del operador económico autorizado en el precio de servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A. es de 95.9%.

IV. DISCUSIÓN

De toda la información adquirida en el actual trabajo, manifestamos lo siguiente:

4.1 Discusión – Hipótesis general

En referencia a la hipótesis general, concluimos que el operador económico autorizado influencia con la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A., manifestándose en la información adquirida mediante el software estadístico SPSS que demostró un índice de correlación Pearson = 0.914, demostrando una correlación perfecta conforme a lo indicado por Hernández, S. (2015, p. 305) y un nivel de significancia de 0.000 (<0.005) llevando a aceptar la hipótesis de investigación, rechazando la hipótesis nula. Adicionalmente, observamos en la tabla de coeficientes que el operador económico autorizado influye un 91,2% en la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A.

Dichos resultados tienen coherencia con Bonales, J.; Pedraza, O.; Prado, I. (2015), en su investigación “Competitividad Internacional de las empresas mexicanas exportadoras porcícolas”, un estudio realizado en la Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Santo Tomas – México”, que obtuvo como resultado una correlación de Pearson = 0.913 y nivel de significancia de 0.001, por ende, al realizar la confrontación de ambos resultados, se afirma que hay relación entre ambas investigaciones.

En base a la información adquirida, podemos indicar que existe similitud con indicado por Porter (2017), que argumentan que la competitividad se mide de manera diferente al precio, es decir en características de los bienes ofertados, imagen de la marca, tiempo de entrega, servicios de apoyo o productividad, es decir es una variable que es poco propensa que genere deterioro en la rentabilidad, porque mejora la calidad del servicio y también beneficia el incremento del precio de venta de la misma manera (pág. 50).

4.2 Discusión –Hipótesis Especifica 1

Con referencia a los resultados adquiridos para la hipótesis específica 1, se afirmó que el operador económico autorizado influencia en la productividad de la compañía AUSA ADUANAS S.A., manifestándose en los resultados e información obtenida mediante el software estadístico SPSS, el cual demostró un índice de correlación Pearson = 0.844, lo que nos lleva a obtener una correlación positiva muy fuerte, según la teoría de Hernández, S. (2015, p. 305) y un nivel de significancia bilateral de 0.000 (<0.005) el cual permite aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula. Adicionalmente, se observó en la tabla de coeficientes que el operador económico autorizado influye un 89,3% en la competitividad de la compañía AUSA ADUANAS S.A.

En comparación con lo planteado por Cusacani (2017), en su investigación “Rotación de personal y productividad de la Empresa Productos Pesqueros del Sur S.A. Tacna, periodo noviembre 2015 – abril 2016”, la cual alcanzó un resultado de coeficiente de Pearson de 0.942, lo que demuestra una correlación positiva perfecta y nivel de significancia de 0.005, con lo que se puede aseverar que existe relación entre ambas investigaciones.

Podemos asegurar que hay similitud con lo indicado por Medina, J. (2010) que indica que la productividad es la representación de cómo se emplean los componentes de la generación de servicios y bienes de la producción para la sociedad. Con la finalidad de perfeccionar dicha producción, a fin de optimizar la eficacia y eficiencia con los que son manipulados los materiales, el recurso financiero, capital y recursos humanos. (Citado Fontalvo, T; De la Hoz, E.; Morelos, J., 2018, p. 50).

4.3 Discusión –Hipótesis Específica 2

Con referencia a los resultados adquiridos para la hipótesis específica 3, obtuvimos que el operador económico autorizado influencia en la rentabilidad de la empresa AUSA ADUANAS S.A., manifestándose en los resultados adquiridos mediante el software estadístico SPSS que demostró un índice de correlación Pearson de $= 0.892$, que demuestra una correlación positiva muy fuerte de acuerdo con Hernández, S. (2015, p. 305) y un nivel de significancia bilateral de $0.000 (<0.005)$ que nos ayuda a aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula. Adicionalmente, observamos en la tabla de coeficientes que el operador económico autorizado influye un 92% en la rentabilidad de la empresa AUSA ADUANAS S.A.

En relación con la investigación planteada por Vásquez (2018), “La Franquicia y su influencia en la gestión de la calidad de servicio al cliente en el rubro juguerías en Lima Metropolitana-2017”, investigación que cuenta con la dimensión “rentabilidad”, obteniendo como resultado de coeficiente de correlación Rho Spearman 0.964 y nivel de significancia 0 , por lo que, podemos asegurar que hay relación entre ambas teorías.

Además, con la información adquirida en el estudio de investigación, podemos afirmar que guardan relación con la teoría de Vasquez.; Rech.; Miranda; Tavares (2017), quienes indican que la rentabilidad revela la eficacia de la administración para generar utilidades a partir de la inversión en activos, de tal modo que mayores niveles de esta variable evidencian las cualidades de la compañía para ofrecer un retorno del capital empleado. (p. 238).

4.4 Discusión –Hipótesis Específica 3

Con referencia a los resultados adquiridos para la hipótesis específica 3, concluimos que el operador económico autorizado influencia en el precio de los servicios que brinda la empresa AUSA ADUANAS S.A., manifestándose en los resultados adquiridos mediante el software estadístico SPSS. Demostrando un índice de correlación Pearson = 0.897, que demuestra una correlación perfecta de acuerdo con Hernández, S. (2015, p. 305) y un nivel de significancia bilateral de 0.000 (<0.005) el cual, nos ayuda a aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula. Adicionalmente, observamos que los resultados de la tabla de coeficientes indican que el operador económico autorizado influye un 95,9% en el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A.

En contraste con la teoría de Starke (2018), en su investigación “El Marketing Mix y su influencia en la fidelización de los clientes en la empresa Cottons AMIR S.A.C., Callao”, investigación que contiene dentro de sus dimensiones “precio”, obtuvo como resultado de coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.981 y nivel de significancia 0, por lo que, podemos certificar que hay semejanza entre los estudios de investigación.

Además, con la información adquirida en el estudio de investigación, podemos afirmar que existe similitud en base a la teoría de Monferrer (2014), quien indica que precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos (pág. 117).

V. CONCLUSIONES

En base a los objetivos planteados en el actual estudio de investigación, estableceremos las siguientes conclusiones:

Primera: En relación con el objetivo general, queda demostrado indudablemente el OEA influye en la competitividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A., ya que se encontró correlación de Pearson de 0.914, además, consiguiendo una participación significativa dentro de la tabla de coeficientes, manifestado que el operador económico autorizado influye en un 91.2% en la competitividad de la compañía AUSA ADUANAS S.A. Por lo tanto, se concluye que la empresa AUSA ADUANAS S.A., adquiriendo el certificado de la OEA incrementa la competitividad, debido a la gran satisfacción de los usuarios.

Segunda: De acuerdo con el objetivo específico N° 1, se comprobó que el operador económico autorizado es capaz de influenciar en la productividad de la compañía AUSA ADUANAS S.A., obteniendo una correlación de Pearson de 0.844, además, adquiriendo un numero revelador en la tabla de coeficientes, indicando que el operador económico autorizado influye un 89.3% en la productividad de la empresa AUSA ADUANAS S.A. Por lo que se llegó a la conclusión que la empresa AUSA ADUANAS S.A. con la adquisición del certificado OEA aporta significativamente en la productividad.

Tercera: En referencia con el objetivo específico N° 2, se determinó que el operador económico autorizado es capaz de influenciar en la rentabilidad de la compañía empresa AUSA ADUANAS S.A., dado que se halló una correlación de Pearson 0.892, obteniendo un porcentaje significativo en la tabla de coeficientes, manifestando que el operador económico autorizado influencia un 92% en la rentabilidad de la compañía AUSA ADUANAS S.A. Por ende, adquiriendo el certificado de la OEA, la empresa AUSA ADUANAS S.A. aporta significativamente en su rentabilidad, ya que a nivel internacional es una empresa confiable, ello conlleva que sea una empresa fiable para los diversos operadores de comercio exterior.

Cuarto: Finalmente, para el objetivo específico N° 3, se alcanzó a comprobar que el operador económico autorizado influencia con el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A., ya que se obtuvo una correlación de Pearson de 0.897 y además, se consiguió según la tabla de coeficientes que el operador económico autorizado influencia en un 95,9% en el precio de los servicios de la empresa AUSA ADUANAS S.A. Por lo tanto, al adquirir la certificación de operador económico autorizado, el precio de los servicios incrementa, ya que se incorporan al servicio de la cadena logística, diversos patrones de seguridad para su fortalecimiento.

VI. RECOMENDACIONES

Conforme, con los resultados adquiridos para el actual trabajo de investigación, se brindaron sugerencias y recomendaciones para la compañía AUSA ADUANAS S.A.

Primera: Es recomendable que la empresa AUSA ADUANAS S.A. mantenga los parámetros que exigen Sunat para mantener la certificación de operador económico autorizado. De la misma manera debe mantener los estándares de seguridad, para renovar dicha certificación, ya que como se demostró en los resultados estadísticos, dicha certificación influye en la competitividad de la empresa.

Segunda: Es recomendable que la empresa AUSA ADUANAS S.A. aplique estrategias que se enfoquen en elevar su productividad, optimizando la eficacia y eficiencia con los que son manipulados los materiales, el recurso financiero, capital y recursos humanos de la empresa.

Tercera: Es recomendable que la empresa AUSA ADUANAS S.A. se enfoque en fortalecer su capacidad y servicio a sus clientes, para conseguir una mayor eficacia de su administración; lo que conllevara a que obtenga un gran nivel de rentabilidad.

Cuarta: Es recomendable que la compañía AUSA ADUANAS S.A. se enfoque en la satisfacción de sus clientes; brindando un buen servicio mediante estándares de seguridad dentro del comercio exterior y la cadena logística; así como también brindando constantes actualizaciones de aduana. Ello con el fin de lograr una estrategia de precio efectiva.

VII. REFERENCIAS

- Almeida, W.; Marques, M.; Abrantes, L.; Rodrigues, E. (2018). A influencia de capacidade económica e da formacao de receitas públicas no desenvolvimento humano. *Artigo*, 52(5).
- Arévalo, D.; Nájera, S.; Piñero, E. (2018), A influência da implementação de tecnologias da informação na produtividade das empresas de serviços. *Centrum*, 29(6), pp. 199-212.
- Barrios, K.; Contreras, J; y Olivero, E; (2019), The management by Processes in the SMEs of Barranquilla: Differentiating Factor of the Organizational Competitiveness. *Información Tecnológica – Vol. 30 N° 2 – 2019*
- Benito, F. (2014). *Fuentes y prácticas del derecho aduanero (1era edición)*. Indiana, EEUU: Palibrio LLC
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación (4ª ed.). Colombia: Pearson.
- Bonales, J.; Pedraza, O.; Prado, I. (2015), Competitividad Internacional das Empresas Exportadoras de Porcícolas Mexicanas. *Investigación administrative*, 44(116), pp. 25.41.
- Botero, L. (2014), Internationalization and competitiveness. *Tragaluz*, (Vol. 22, numero 32).
- Bustos, F.; Carlos, E. (2015), Reverse logistics as a source of sustainable production, *Actualidad contable face*, 18(30), pp. 7.32.
- Calle, Estrada, Barrios y Agudelo (2015), Construction of a competitiveness index for the Colombian poultry sector. *Lectures de Economy*, 83 (julio-diciembre 2015), pp. 193-228.
- Campos, M.; Morini, C.; Moraes, G.; y Inácio, E. (2018), “A performance model for Public-Private Partnerships: the authorized economic operator as an example”. *Elseiver*, 53(2), pp. 269-271.
- Castro, D; Alzorriz, S. (2014). *Procesos y herramientas para la seguridad de redes*. (2da edición). Madrid-España: Uned.
- Catellanos, Machado, Castellanos y García (2015), Assessment of Competitiveness Factors in Villa Clara province, Cuba. *Retos de la Dirección* 2015; 9(2):139-163

- Cusacani (2017), Rotación de personal y productividad de la Empresa Productos Pesqueros del Sur S.A. Tacna, periodo noviembre 2015 – abril 2016. (Tesis para Bachiller). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú.
- Fontalvo-Herrera, Tomás; De La Hoz-Granadillo, Efraín & Morelos-Gómez, José (2017) Productivity and its factors: impact on organizational improvement. *Dimensión Empresarial*, 15(2), 47-60.
- Gallardo, E. (2017), *Metodología de la Investigación: manual auto formativo interactivo*. (1ra. Ed.). Universidad Continental: Peru
- Gonzales, F.; Escorcía, J.; Patiño, L. (2017), Supply chain management: a review from logistics and the environment. *Entre ciencia e ingeniería*, 11(22), pp. 51-59.
- Green, R. (2014). *Plataforma tecnología Regional (1era edición)*. Loira, Paris: Iica.
- Guffante, T.; Guffante, F.; Chavez, P. (2016), Investigación científica: El proyecto de investigación. Ecuador: Bistream
- Hernández, S. (2015), Metodología de la Investigación. (6ta edición) México: McGraw-Hill
- Ibarra, M.; González, L.; y Demuner, M. (2017), Competitividad empresarial das pequenas e médias empresas de manufatura da Baja California. *Estudios fronterizos*, 18(35), pp. 107-130.
- López F. (2015) *El ABC de la Revolución Metodológica*. Primera Edición, Caracas-Venezuela: JHL Editorial Express, C.A.
- López, V.; Vasquez, M (2014) *Análisis de Las Procedimientos Internos de la empresa Agropucalá S.A.A. y su competitividad utilizando el modelo del diamante de Porter en el periodo 2010–2013*". (Tesis de Licenciatura en Ingeniería Económica, Universidad Señor de Sipán, Lima-Perú)
- Majluf, H. (2015). *Estrategia para el liderazgo Competitivo* (1era edición). Buenos Aires-Argentina: Ediciones Granica.
- Milán, C.; Gómez, M. (2018). Factors and indicators of hotel competitiveness. *Compendium*, vol. 21, núm. 40, 2018.
- Miniussi, A., & Coti-Zelati, P., & Arruda de Araújo, D. (2015). The role of innovation in the competitiveness of brazilian organic products. *Independent Journal of Management & Production*, 6 (3), 758-772.

- Monferrer, D. (2014), *Fundamentos de Marketing*. (1era edición). España: 1' Une
- Montaño, K.; Preciado, J.; Robles, J.; y Chávez, L.; (2018), Methods of work to improve the competitiveness of the Sonora's table grape system *Estud. soc. Rev. aliment. Contemp. desarro. reg.* vol.28 no.52
- OECD (2017). *Revisión de recursos escolares*. (1era edición). Chile: OECD.
- OMA (2015), *Marco Normativo SAFE para asegurar y facilitar el comercio mundial*. Bruselas, Bélgica: Wcoomd.
- Otzen, T.; Manterola, C. (2017), Sampling techniques on a study population. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232.
- Porter, M. (2017), *Ser Competitivo: edición actualizada y aumentada*. (9na Ed.) Barcelona: Editorial DEUSTO
- Quintanilla, G. (2016). El Pilar Aduanas –Empresas y el crecimiento empresarial de los Operadores Económicos Autorizados en el Perú, 2016. (Tesis de Título). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú.
- Ramírez, R.; y Ampudia, D. (2018), Factors of business competitiveness in the Business Sector. *Recitiutm*, 4(1), p. 17-20.
- Sampieri, R.; Fernández, C y Lucio, P (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta Edición). Distrito Federal, México: McGraw Hil.
- Schalock, R. (2015), *Manual de la escala de eficacia y eficiencia organizacional*. Salamanca, España: Amarante.
- Srauss, D. (2017), Cooperation and inequality. *El trimestre económico*, 84(1), pp. 193-236.
- Starke, J. (2018), El Marketing Mix y su influencia en la fidelización de los clientes en la empresa Cottons AMIR S.A.C., Callao. (Tesis de Titulo). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- SUNAT (2019), *Operador económico autorizado*. Lima, Perú.
- Tenorio, M., (2017). La gestión logística y su relación con just intime en Reveadh, Santiago de surco – Lima, 2017. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Rev. Alerg Mex. (2016), Research methodology. *Rev. Alerg. Méx*, 63(2), pp. 201-206.

- Vasquez, X.; Rech, I.; Miranda, G.; Tavares, M. (2017), Convergencias entre la rentabilidad y la liquidez en el sector del agronegocio. *Orcid*, 18(45), pp. 123-472.
- Vásquez, G. (2018), La Franquicia y su influencia en la gestión de la calidad de servicio al cliente en el rubro juguerias en Lima Metropolitana-2017. (Tesis para título). Universidad Científica del Sur, Lima Perú.
- Villasís, et al., (2018), The research protocol VII. Validity and reliability of measurements. *Rev. alerg. Méx.* [Online]. 2018, vol.65, n.4, pp.414-421. ISSN 2448-9190.

VII. ANEXOS

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES/ INDICADORES	TÉCNICAS
<p>GENERAL:</p> <p>¿Cómo impacta el operador económico autorizado en la competitividad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo impacta el operador económico autorizado en la productividad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019? 2. ¿Cómo impacta el operador económico autorizado en la rentabilidad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019? 3. ¿Cómo impacta el operador económico autorizado en el precio de los servicios de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019? 	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar el impacto del operador económico autorizado en la competitividad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar el impacto del operador económico autorizado en la productividad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019. 2. Determinar el impacto del operador económico autorizado en la rentabilidad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019. 3. Determinar el impacto del operador económico autorizado en el precio de los servicios de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019. 	<p>GENERAL:</p> <p>El operador económico autorizado impacta en la competitividad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El operador económico autorizado impacta en la productividad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019. 2. El operador económico autorizado impacta en la rentabilidad de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019. 3. El operador económico autorizado impacta en el precio de los servicios de la agencia de aduana AUSA S.A. en el año 2019. 	<p>INDEPENDIENTE: Certificación de acreditación OEA</p> <p>DEPENDIENTE: Competitividad</p>	<p>▪ Cooperación de Sectores</p> <p>Asesoramiento técnico Suministro de información</p> <p>▪ CADENA DE SUMINISTRO</p> <p>Coordinación sistemática Estrategia de negocio</p> <p>▪ PRODUCTIVIDAD</p> <p>Servicios Eficiencia Eficacia</p> <p>• RENTABILIDAD</p> <p>Producción Capacidad</p> <p>• PRECIO</p> <p>Producto Posicionamiento</p>	<p>DE MUESTREO</p> <p>Estadístico</p> <p>DE RECOLECCIÓN DE DATOS</p> <p>*ENCUESTA por cuestionario: a los clientes de la agencia de aduana AUSA S.A.</p> <p>DE PROCESAMIENTO DE DATOS</p> <p>SPSS 24.</p>

ANEXOS

Instrumento de medición

CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador(a):

El presente instrumento tiene como objetivo determinar el impacto de la certificación de la acreditación OEA en la competitividad de la agencia AUSA ADUANAS S.A.

Por ello se le solicita responda todos los siguientes enunciados con veracidad. Agradeciéndole de antemano su colaboración.

DATOS ESPECIFICOS	
TD	Totalmente en desacuerdo
ED	En desacuerdo
I	Indeciso
D	De acuerdo
MD	Muy de acuerdo

INSTRUCCIONES:

- Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta.
- Por favor seleccionar solo una opción en cada pregunta.

VARIABLE INDEPENDIENTE: OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO						
	DIMENSIÓN 1: COOPERACIÓN DE SECTORES	TD	ED	I	D	MD
1	¿Considera que recibe asesoramiento técnico legal de las actualizaciones de la Ley General de Aduana?					
2	¿Cree usted que la certificación de acreditación OEA brinda herramientas de facilitación al comercio?					
3	¿Para usted, la página web de la agencia AUSA es útil para ver el estatus de sus operaciones?					
	DIMENSIÓN 2: CADENA DE SUMINISTRO	TD	ED	I	D	MD
4	¿Considera que los beneficios que obtuvo AUSA Aduanas S.A. por la certificación son transferibles de manera indirecta a su empresa?					
5	¿Considera usted que la agencia de aduana AUSA Aduanas S.A. gestiona la certificación OEA a fin de lograr una ventaja competitiva?					
6	¿Usted, ha percibido mejoras en la agencia de aduana AUSA Aduanas S.A. desde la certificación de acreditación OEA?					

Fuente: Díaz Marín Joselyn

Gracias por su colaboración.

Instrumento de Medición
CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador(a):

El presente instrumento tiene como objetivo Determinar el impacto de la certificación de la acreditación OEA en la competitividad de la agencia de aduana AUSA S.A. en los años 2014-2017.

Por lo que se pide indique todos los siguientes enunciados con veracidad. Agradezco su colaboración

INSTRUCCIONES:

- Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta.

Por favor escoger solo una opción en cada pregunta.

DATOS ESPECÍFICOS	
TD	Totalmente en desacuerdo
ED	En desacuerdo
I	Indeciso
D	De acuerdo
MD	Muy de acuerdo

VARIABLE DEPENDIENTE COMPETITIVIDAD						
	DIMENSIÓN: PRODUCTIVIDAD	TD	ED	I	D	MD
1	¿Cómo cliente, usted planea continuar con nuestro servicio?					
2	¿Ha disminuido los plazos para sus operaciones de comercio exterior en cuanto la empresa AUSA S.A. obtuvo la certificación OEA?					
3	¿Considera eficiente el servicio que la agencia de aduana AUSA S.A. le brinda?					
4	¿Nuestro servicio ha cumplido con sus expectativas?					
	RENTABILIDAD	TD	ED	I	D	MD
5	¿Usted considera que nuestro servicio se diferencia de la competencia?					
6	¿Usted percibe que los recursos con los que cuenta la empresa AUSA S.A. son suficiente para atender sus operaciones?					
7	¿Considera que el personal se encuentra capacitado para manejar sus despachos?					
8	¿Cree usted que se debe capacitar al personal de la agencia de aduana AUSA S.A. con los procedimientos aduaneros y seguridad de la cadena logística?					

	PRECIO	TD	ED	I	D	MD
9	¿Cómo cliente, usted se identificado con el servicio que le brinda la agencia de aduana AUSA S.A.?					
10	¿Usted recomendaría nuestro servicio?					
11	¿La atención que percibe de la agencia de aduana AUSA S.A. es personalizada?					
12	¿Considera usted que el servicio brindado nos posiciona como parte de sus principales proveedores?					

- Por favor escoger solo una opción en cada pregunta

Fuente: Diaz Marin, Joselyn

Gracias por su colaboración

Nº	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Dimensión 1: Cooperación de sectores	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Considera que recibe asesoramiento técnico legal de las actualizaciones de la Ley General de Aduanas?	✓		✓		✓		
2	¿Cree usted que la certificación de acreditación OEA brinda herramientas de facilitación al comercio?	✓		✓		✓		
3	¿Para usted, la página web de la agencia AUSA es útil para ver el status de sus operaciones?	✓		✓		✓		
	Dimensión 2: Cadena de suministro	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Considera que los beneficios que obtuvo AUSA S.A. por la certificación son transferibles de manera indirecta a su empresa?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que la agencia de aduana AUSA S.A. gestiona la certificación OEA a fin de lograr una ventaja competitiva?	✓		✓		✓		
6	¿Usted, ha percibido mejoras en la agencia de aduana AUSA S.A. desde la certificación de acreditación OEA?	✓		✓		✓		
	Dimensión 3: Productividad	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Cómo cliente, usted planea continuar con nuestro servicio?	✓		✓		✓		
8	¿Ha disminuido los plazos para sus operaciones de comercio exterior en cuanto la empresa AUSA S.A. obtuvo la certificación OEA?	✓		✓		✓		
9	¿Considera eficiente el servicio que la agencia de aduana AUSA S.A. le brinda?	✓		✓		✓		
10	¿Nuestro servicio ha cumplido con sus expectativas?	✓		✓		✓		
	Dimensión 4: Rentabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Usted considera que nuestro servicio se diferencia de la competencia?	✓		✓		✓		
12	¿Usted percibe que los recursos con los que cuenta la empresa AUSA S.A. son suficiente para atender sus operaciones?	✓		✓		✓		
13	¿Considera que el personal se encuentra capacitado para manejar sus despachos?	✓		✓		✓		
14	¿Cree usted que se debe capacitar al personal de la agencia d aduana AUSA S.A. con los procedimientos aduaneros y seguridad de la cadena logística?	✓		✓		✓		
	Dimensión 5: Precio	Si	No	Si	No	Si	No	

15	¿Cómo cliente, usted se identificó con el servicio que le brinda la agencia de aduana AUSA S.A.?	✓		✓		✓	
16	¿Considera usted que la atención que recibe es personalizada?	✓		✓		✓	
17	¿Usted recomendaría nuestro servicio?	✓		✓		✓	
18	¿La atención que percibe de la agencia de aduana AUSA S.A. es personalizada?	✓		✓		✓	
19	¿Considera usted que el servicio brindado nos posiciona como parte de sus principales proveedores?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. CALDERON Ceilo Luis A. DNI: 09444484

Especialidad del validador: DOCENTE TUTOR Y ASesor DE TESIS 07 de 11 del 2018

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "LA CERTIFICACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO Y SU IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD DE LA AGENCIA DE ADUANA AUSA S.A EN LOS AÑOS 2014-2017"

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: Cooperación de sectores							
1	¿Considera que recibe asesoramiento técnico legal de las actualizaciones de la Ley General de Aduanas?	✓		✓		✓		
2	¿Cree usted que la certificación de acreditación OEA brinda herramientas de facilitación al comercio?	✓		✓		✓		
3	¿Para usted, la página web de la agencia AUSA es útil para ver el status de sus operaciones?	✓		✓		✓		
	Dimensión 2: Cadena de suministro							
4	¿Considera que los beneficios que obtuvo AUSA S.A. por la certificación son transferibles de manera indirecta a su empresa?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que la agencia de aduana AUSA S.A. gestiona la certificación OEA a fin de lograr una ventaja competitiva?	✓		✓		✓		
6	¿Usted, ha percibido mejoras en la agencia de aduana AUSA S.A. desde la certificación de acreditación OEA?	✓		✓		✓		
	Dimensión 3: Productividad							
7	¿Como cliente, usted planea continuar con nuestro servicio?	✓		✓		✓		
8	¿Ha disminuido los plazos para sus operaciones de comercio exterior en cuanto la empresa AUSA S.A. obtuvo la certificación OEA?	✓		✓		✓		
9	¿Considera eficiente el servicio que la agencia de aduana AUSA S.A. le brinda?	✓		✓		✓		
10	¿Nuestro servicio ha cumplido con sus expectativas?	✓		✓		✓		
	Dimensión 4: Rentabilidad							
11	¿Usted considera que nuestro servicio se diferencia de la competencia?	✓		✓		✓		
12	¿Usted percibe que los recursos con los que cuenta la empresa AUSA S.A. son suficiente para atender sus operaciones?	✓		✓		✓		
13	¿Considera que el personal se encuentra capacitado para manejar sus despachos?	✓		✓		✓		
14	¿Cree usted que se debe capacitar al personal de la agencia de aduana AUSA S.A. con los procedimientos aduaneros y seguridad de la cadena logística?	✓		✓		✓		
	Dimensión 5: Precio							

15	¿Cómo cliente, usted se identificó con el servicio que le brinda la agencia de aduana AUSA S.A.?	✓		✓	✓		
16	¿Considera usted que la atención que recibe es personalizada?	✓		✓	✓		
17	¿Usted recomendaría nuestro servicio?	✓		✓	✓		
18	¿La atención que percibe de la agencia de aduana AUSA S.A. es personalizada?	✓		✓	✓		
19	¿Considera usted que el servicio brindado nos posiciona como parte de sus principales proveedores?	✓		✓	✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]

Apellidos y nombres del juez validador, Dr.: Mariamela Sanchez Olaya DNI: 25794800

Especialidad del validador: Administración en la Educación

02 de 11 del 2015

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Dimensión 1: Cooperación de sectores	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Considera que recibe asesoramiento técnico legal de las actualizaciones de la Ley General de Aduanas?	✓		✓		✓		
2	¿Cree usted que la certificación de acreditación OEA brinda herramientas de facilitación al comercio?	✓		✓		✓		
3	¿Para usted, la página web de la agencia AUSA es útil para ver el status de sus operaciones?	✓		✓		✓		
	Dimensión 2: Cadena de suministro	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Considera que los beneficios que obtuvo AUSA S.A. por la certificación son transferibles de manera indirecta a su empresa?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que la agencia de aduana AUSA S.A. gestiona la certificación OEA a fin de lograr una ventaja competitiva?	✓		✓		✓		
6	¿Usted, ha percibido mejoras en la agencia de aduana AUSA S.A. desde la certificación de acreditación OEA?	✓		✓		✓		
	Dimensión 3: Productividad	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Cómo cliente, usted planea continuar con nuestro servicio?	✓		✓		✓		
8	¿Ha disminuido los plazos para sus operaciones de comercio exterior en cuanto la empresa AUSA S.A. obtuvo la certificación OEA?	✓		✓		✓		
9	¿Considera eficiente el servicio que la agencia de aduana AUSA S.A. le brinda?	✓		✓		✓		
10	¿Nuestro servicio ha cumplido con sus expectativas?	✓		✓		✓		
	Dimensión 4: Rentabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Usted considera que nuestro servicio se diferencia de la competencia?	✓		✓		✓		
12	¿Usted percibe que los recursos con los que cuenta la empresa AUSA S.A. son suficiente para atender sus operaciones?	✓		✓		✓		
13	¿Considera que el personal se encuentra capacitado para manejar sus despachos?	✓		✓		✓		
14	¿Cree usted que se debe capacitar al personal de la agencia d aduana AUSA S.A. con los procedimientos aduaneros y seguridad de la cadena logística?	✓		✓		✓		
	Dimensión 5: Precio	Si	No	Si	No	Si	No	

15	¿Cómo cliente, usted se identificó con el servicio que le brinda la agencia de aduana AUSA S.A.?	✓		✓		✓	
16	¿Considera usted que la atención que recibe es personalizada?	✓		✓		✓	
17	¿Usted recomendaría nuestro servicio?	✓		✓		✓	
18	¿La atención que percibe de la agencia de aduana AUSA S.A. es personalizada?	✓		✓		✓	
19	¿Considera usted que el servicio brindado nos posiciona como parte de sus principales proveedores?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Bernaghi Roberto Alan Felix DNI: 43673189

Especialidad del validador: _____
 _____ de _____ del 2018

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Bernaghi R.
 Firma del Experto Informante.